



Mutti, Vati, crazy kid - Politische Rollendarstellung in den Printmedien

Zur stereotypen Berichterstattung über
CDU-Politiker Philipp Amthor.

Von Jessica Deutscher

Martin Schulz sieht aus wie „ein Nobody aus der Kreis-Sparkasse“ und der französische Präsident wie ein „idealer Liebhaber“. Gerhard Schröder „schwebte im John F. Kennedy-Paradigma als alter Haudegen und Womanizer“ und Helmut Kohl sah daneben aus „wie eine dicke Birne“. Klaus Kocks, 65 Jahre alt, ist PR-Berater, war als Kommunikationschef bei Volkswagen, davor bei der Aral AG und Ruhrgas AG. Aussagen wie diese gehen ihm leicht über die Lippen – sie sind populär, werden gern zitiert. Menschen verstehen Vergleiche à la: „Er sieht aus wie xy“. Dies ist ein grundlegender Mechanismus, dem sich ein Forschungsfeld in der Kognitionspsychologie widmet. Wie ordnen und strukturieren wir unser Wissen über die Welt? – Meistens über Vergleiche und Analogien. Wir verstehen eine neue Information deutlich schneller, wenn sie Merkmale aufweist, die sich mit unserem bisherigen Wissen in unserem Gedächtnis decken.

Die Grundlage hierfür sind Prozesse der Wissensrepräsentation in unserem Gehirn. Es handelt sich um ein Kategorisierungssystem mit der generellen Fähigkeit zur Verallgemeinerung oder Abstraktion, die zum größten Teil unbewusst abläuft. Dieses System verleiht uns die Fähigkeit, Dinge vorherzusagen (vgl. ANDERSON 2007: 183). Dabei geht es nicht nur um ganz bewusste Vorhersagen wie: „der Himmel ist grau, also wird es gleich regnen“. Solche Vorgänge finden auf viel abstrakterer, kaum kontrollierbarer Ebene statt. Sie können mittels spezifischer sprachlicher Begriffe ausgelöst werden, die mit einer Kategorie, einer „Schublade“, in unserem Gedächtnis vernetzt sind. Unsere Sprache wiederum codiert diese Wissensinhalte außerhalb unseres Kopfes. Die Kognitive Medienlinguistik verbindet Inhalte der Kognitionspsychologie und der Linguistik. Kurzum: sie versucht, sich den Weg der sprachlichen Äußerungen eines Menschen zurück in den Kopf des Sprachproduzenten zu bahnen.



JournalistInnen sind von natürlichen Kategorisierungsmechanismen, Schablonen-Denken in Form von Stereotypen, nicht befreit – wie auch, das Gehirn arbeitet automatisiert und greift auf verschiedene Hirnareale zurück. Das limbische System als subkortikales Areal ist zum Beispiel relativ autonom in seiner Aktivierung und lässt uns Sachverhalte irrational, losgelöst vom Verstand, bewerten. Dort ist der Sitz der Emotionen, über die jeder Mensch

verfügt. Manifestiert sich eine Kategorisierung, ein mentales Konzept oder Konzeptenheiten sprachlich in dem Maße, dass es zu einer einseitigen Realitätsdarstellung führt, wird das in der Linguistik *Perspektivierung* genannt. Inhalte, die in der Zeitung stehen, werden immer noch intentional verfasst und sollten einer kritisch-reflektierenden Analyse standhalten. Sie werden von uns mit einem hohen Glaubwürdigkeitsanspruch rezipiert. Eine entsprechende Bewertung kann die kognitive Medienlinguistik unter Berücksichtigung der Lasswell-Formel leisten: „Who says what in which channel

to whom with what effect?“ Zunächst soll die Proposition WHO SAYS WHAT für uns zentral sein. Welche spezifischen Ausdrücke codieren eine mentale Konzeptualisierung seitens der JournalistInnen? Der reziproke Effekt der Wirkung auf uns als RezipientInnen kann nur antizipiert werden, da für das ausgewählte Fallbeispiel keine empirischen Daten vorliegen – es kann aber im Anschluss an die Analyse ein Potenzial hoch/niedrig konstatiert werden.

Medienwissenschaftlerin Charlotte Gnändiger hat 2005 im Rahmen ihrer Diplomarbeit an der Universität Dortmund bereits die Darstellung von Politikerinnen in den Printmedien untersucht. Dabei wurde ein gravierender „Mangel an Angemessenheit in der Berichterstattung über Politikerinnen“ festgestellt (GNÄNDIGER 2007: 137). In den untersuchten Zeitungsartikeln zeigte sich ein Konglomerat aus Klischisierung, Trivialisierung und Stereotypisierung durch sprachliche Stilmittel. Politikerinnen wurden als etwas von der Norm Abweichendes bei gleichzeitiger Erwähnung ihres optischen Erscheinungsbildes, ihrer Rolle als Töchter, Partnerinnen, Ehefrauen charakterisiert. In der politischen Korrektheit und der Gender-Frage haben sich diese Tendenzen seit 2005 verändert. Allerdings sind dieselben Fragen, die Gnändiger in Bezug auf Frauen gestellt hat, heute dringlichst in Bezug auf ein anderes Merkmal erneut zu stellen: das Alter.



Philipp Amthor ist 25 Jahre alt. Er wurde im September als direkter CDU-Abgeordneter aus Wahlkreis 16 (Mecklenburg-Vorpommern) mit 31,2 Prozent der Erststimmen in den Bundestag gewählt. Mithilfe einer quantitativen Korpusanalyse von 42 Zeitungsartikeln aus dem Zeitraum vom 27.07. – 06.11.2017, können lexikalische Tendenzen in der Berichterstattung über den Jungpolitiker nachgewiesen werden. Im Textkorpus finden sich 60 numerische Referenzen auf sein Alter.

Sprachlich wird deutlich häufiger auf sein Alter mit Begriffen wie *Jungspund*, *Youngster* oder auch in negativ konnotierter Weise mit dem Lexem *Bengel* referiert. Dies lässt die Behauptung zu, dass das physische Merkmal *Alter* eine zentrale Rolle spielt. Wörter, die häufig mit dem Personennamen *Amthor* auftreten, die Kollokationen, sind Dimensionsadjektive wie *intensiv*, *überzogen*, *übernommen*, *überdurchschnittlich*, *öfter*, *äußerst*. Fernerhin deuten diese Lexeme darauf hin, dass eine Bewertung auf emotionaler Ebene stattgefunden hat. Intensität ist, neben Dauer und Wertigkeit, laut Schwarz-Friesel (²2013: 69) nämlich einer der Parameter, mithilfe derer wir Emotionen beschreiben können. Inwiefern sich diese Bewertungen tatsächlich auf Philipp Amthor beziehen, ist im Rahmen der quantitativen Analyse kaum zu bestimmen. Ähnlich verhält es sich mit den Kollokationen des Adjektivs „*jung/e*“: *Vorurteile*, *unreif*, *unerfahren*, *ungeduldig*, *typischer*. Der Aussagekraft häufiger Wortverknüpfungen ist ein geringer Wert beizumessen, da der Kontext fehlt. Darüber hinaus sind Zeitungsartikeln Zitate inhärent, welche die Meinungsäußerung Fremder kennzeichnen. Nur eine qualitative Analyse kann Aufschluss über die Konzeptualisierungen der JournalistInnen geben. Oftmals finden sich codierte Stereotype nicht im Kontext. Sie sind viel subtiler im Kontext versprachlicht, in welchem sie erst ihre performative Kraft entfalten.

Anhand der qualitativen Korpusanalyse konnten 50 Textstellen lokalisiert werden, die erhebliche sprachliche Auffälligkeiten in der Darstellung Philipp Amthors zeigen, die inhaltlich einseitig sind. Somit liegt eine Perspektivierung vor. Von 42 Artikeln waren zwölf weitestgehend frei von Perspektivierung. Dies ist der Tatsache geschuldet, dass es sich bei einigen Texten nur um sog. WAHL-SPLITTER oder Kurzmeldungen handelt, die kaum gestalterischen Raum bieten. Somit beziehen sich die 50 auffälligen Textstellen auf 30 journalistische Textprodukte. Hier ist eine Unverhältnismäßigkeit zu beanstanden. Das Korpus wurde hinsichtlich der Merkmale ***codierte Stereotype***, ***Vergleiche/Metaphern***, ***Äußerlichkeiten*** und ***Familiarismus*** untersucht. Die Grenzen zwischen den vier Merkmalen sind fließend. Letzteres ist unter anderem als ein Konzept aus der PR bekannt. Ein Modell, das politische Rollen im Sinne einer Familienhierarchie in der öffentlichen Wahrnehmung adressieren kann: Mutter, Vater, Kind. Für eine Beleuchtung der Thematik aus mehreren Blickwinkeln, der Sprachwissenschaft und der Public Relations, wurde Klaus Kocks dazu befragt.

Philipp Amthor ist 24 Jahre alt und Politiker. Warum ist das etwas so Besonderes?

Kocks: Die Wahrnehmung, die das Publikum vornimmt, erfolgt nicht voraussetzungslos. Sondern das geschieht in den Wahrnehmungsschemata, welche die Menschen ohnehin haben. Zu diesen Wahrnehmungsschemata gehören beispielsweise Geschlecht, sexuelle Orientierung, Kleidungscode, aber eben auch das Alter. In der Politik gibt es den Mechanismus *crazy kid*. Das ist eine Wahrnehmung von jemandem, dessen Alter man in standardisierter Form für nicht adäquat hält, der ungewöhnlich jung ist. Anders ausgedrückt: wenn gar nichts an dem Kerl auffällt, dann vielleicht sein Geburtsdatum.

Folgende sprachliche Äußerungen finden sich in der Makrostruktur von Zeitungsartikeln: „Muttis Liebling“, „Mit Muttis Tipps in den Bundestag“, „Der Bengel will in den Bundestag“. Wie bewerten Sie diese Rollendarstellung?

Kocks: Kenn ich schon. Aber sie ist typisch. Aufgrund der relativ langen Regierungszeit von Angela Merkel, die möglicherweise gestern Nacht zu Ende gegangen ist [*Scheitern der Jamaika-Sondierungen am 19.11.2017 - Anm. d. Verf.*], herrscht eine familiaristische Wahrnehmung von Politik. Das spiegelt sich in der Bezeichnung „Mutti“. „Mutti“ ist nicht nur eine Geschlechtsbezeichnung, sondern vor allen Dingen eine Bezeichnung einer familiären Rolle in familiaristischer Sprache. Der Reziprok zu *Mutti* ist *das Kind*. Das ist eine infantile Adressierung. Das ist nicht ungewöhnlich. Das zählt auch auf den Topos ein, dass Angela Merkel die CDU-Parteivorsitzende „Mutti“ ist. Es enthält auch eine Spur Ironie, aber das ist eine andere Frage.

Es finden sich auch Ausdrücke wie „Klassenbesten“, „Klassensprecher“. Wie sind diese Bezeichnungen einzuordnen?

Kocks: Das ist ein zweites Rollenmodell. Wir haben *Mutter-Sohn* als basales Rollenmodell. Dann kommt ein zweites hinzu.

Das ist die Rolle des *Kindes in der Hierarchie der Kinder* oder die Wahrnehmung der *Peergroup Schulklasse*. Hier haben Sie die Attribute des „Strebers“, des „Überfliegers“, des „Arschkriechers“, des „Klassenbesten“. Das sind die, welche die besten Noten bekommen und in der Pause Prügel bezogen haben. Das ist ein Rollenmodell unter dem anderen.

Philipp Amthor hat viele Partei-Größen nach Greifswald eingeladen: Merkel, Kauder, Tauber, Seehofer. Wie passt das zu seinem Bild?

Kocks: Wenn Sie schon die *Sohn*-Rolle haben und Sie können Ihre Eltern zeigen, sind die eine Wahlhilfe. So funktioniert das Rollenmodell Familiarismus. Er will natürlich zeigen, dass er der gewünschte *Sohn* seiner *Eltern* und *Großeltern* ist, um das in dem Familienmodell zu formulieren. Das soll signalisieren, dass man a) der von der Partei gewünschte Mann ist und b) derjenige mit Einfluss nach Berlin ist. Greifswald liegt natürlich sehr dicht an der polnischen Grenze. Das ist eine Diaspora.

Welche anwendungsorientierte Rolle spielt die Sprachwissenschaft für die Konstituierung eines Rollenmodells?

Kocks: Wenn Politik die Folge eines plausiblen Rollenmodells ist, dann muss dieses plausible Rollenbild kommuniziert werden. Das geht nur mittels Sprache oder in sprachnahen Formen. Selbst dort, wo wir körpersprachliche Signale wahrnehmen, sind das sprachliche Erscheinungen. Das ist der wesentliche Analyseteil der Inszenierungslogik von Politik. Politik ist Inszenierung. Und die authentische Vorgabe ist auch eine Inszenierung. Anders kann man Politik wissenschaftlich gar nicht denken.



Plausibilität – sie wird syntaktisch hergestellt. „X ist wie Y“ ist nur eine von sprachlich möglichen Realitätskonstruktionen. In diesem Zusammenhang wurden diese jedoch nicht von PR-Beratern, sondern von JournalistInnen verfasst. Unter den 50 markierten Textstellen im Korpus finden sich 10 Beispiele, die Stereotype explizit und implizit codieren. Darunter fallen die Stereotype *Klassensprecher/Klassenbesten/Überflieger, Außenseiter, Schwiegersohn/Spießer*. So titelt der Nordkurier zum Beispiel: „Philipp Amthor, der neue Klassensprecher im Bundestag“. Die Ostsee-Zeitung schreibt: „Der 24-Jährige gehört in die Kategorie „perfekter Schwiegersohn“. Aber auch überregionale Qualitätsmedien wie DIE ZEIT schreiben explizit: „Typ Klassenbesten“ und DER SPIEGEL äußert in einem Artikel: „Er war der, der im Sportunterricht stets als Letzter in eine Mannschaft gewählt wurde“. Im Nordkurier wird geschrieben: „Ein Poster der Frau, die sein Leben so geprägt hat [Merkel - Anm. d. Verf.], habe aber nie im Zimmer gehangen“. Diese Äußerung verbalisiert das Konzept, dass Philipp Amthor ein Fan der Kanzlerin, im Habitus eines schwärmenden Teenagers, sei und Poster in seinem Kinderzimmer aufhängen würde. Hier wird der Referent *Politiker, der sich um ein politisches Amt bewirbt*, konzeptuell mit einem *pubertären Fan* auf eine Stufe gestellt.

Vergleiche solcher Art sind als inadäquat, trivialisierend und klischisierend einzustufen. Sie schmälern den beruflichen Erfolg Amthors und gleichzeitig die Seriosität des verantwortlichen Journalisten.

Familiarismus wurde im Korpus an vierzehn Stellen codiert: „Mit „Muttis“ Tipps in den Bundestag“ (Nordkurier), „Muttis Liebling – unser neuer Vertreter im Bundestag“ (Ostsee-Zeitung), „Sohnemann“ (ebd.), „Und Amthor? Gehorchte [Merkel].“ (Spiegel). Zum Familiarismus wurden ebenfalls jene Äußerungen gezählt, die auf Amthors reale Familie referieren, da auch diese seine Rolle als *Sohn/Kind* stützen. Diese Tatsachen sind erstens, wie zuvor erläutert, natürliche Kategorisierungsprozesse eines Menschen, also auch von JournalistInnen – aber zweitens sind dies vielmehr politische Rollen, die PR-Manager strategisch adressieren, um Wähler zu beeinflussen. Dieses Rollenbild schlägt sich hier in unreflektierter Form in journalistischen Erzeugnissen nieder – und lässt folglich die Grenzen zwischen PR und Journalismus schmelzen. Der Journalismus reiht sich nahtlos in die Inszenierungslogik der PR ein.

Einen Text illustrativ zu gestalten, gehört zum Handwerk von JournalistInnen. Überspitzte Vergleiche sind jedoch dem Boulevard vorbehalten. Kein Artikel des Korpus‘ erschien in einem reinen Boulevard-Blatt. Elf Textstellen referieren explizit auf Amthors optisches Erscheinungsbild. 15 Textstellen sind als Vergleiche/Metaphern zu klassifizieren. „Dieser blasse Junge. Ein Typ im Jackett.“ (Spiegel), „Strammer Schritt, akkurater Scheitel“ (Nordkurier), „wie üblich – brav gescheitelt, im dunklen Anzug mit Deutschlandfarben am Revers“ (ebd.). Vergleiche und Metaphern sind legitim, aber in der Summe zahlen sie auf die strategische politische Rolle ein. Sie sind auch deswegen dialektisch zu betrachten, weil sie in ihrer Bildhaftigkeit (z.B.: „Er sieht ein bisschen so aus, als sei er einem Heinz-Rühmann-Film entsprungen - wie ein Anachronist.“ NDR Nachrichten; „Die Politik-Maschine“ Nordkurier; „Amthor, der neue Stern am Himmel der CDU?“ Shz.) ein hohes Potenzial haben, mentale Repräsentationen zu aktivieren und sich als Konzept zu verfestigen - also unser Denken dauerhaft zu beeinflussen.

Je häufiger wir (wertende) Informationen mit dem spezifischen Konzept *Philipp Amthor* verbinden, desto wahrscheinlicher werden diese Informationen als Gedächtnisinhalte im Langzeitgedächtnis gespeichert und desto schneller werden Aussagen gleicher Natur verifiziert (vgl. ANDERSON 2007: 185). Im Zuge einseitiger Berichterstattung entsteht ein konsistentes Weltbild, das resistent für gegenteilige Informationen ist. Es wäre mit einem hohen kognitiven Aufwand und vor allem mit einer Primärerfahrung verbunden, das Stereotyp *Philipp Amthor ist ein typischer Spießer und Klassenbesten*, zu korrigieren. Dieses Realitätskonstrukt wurde mittels Sprache evoziert.

Festzuhalten bleibt, dass Stereotype die Konsequenz des natürlichen Kategorisierungsprozesses unseres Gehirns sind. Sie werden sprachlich über Vergleiche und Metaphern und die Referenz auf Äußerlichkeiten ausgedrückt. Sie sind nicht neutral. Demzufolge sind sie als vorherrschendes Stilmittel in den Printmedien inakzeptabel. Vielmehr muss hier aus sprachwissenschaftlicher Sicht zu einem deutlich sensibilisierten Umgang mit bildhaften Darstellungen – auch in ihrer Quantität - geraten werden. ■

Literaturverzeichnis

ANDERSON, J., ⁶2007. *Kognitive Psychologie: Eine Einführung. Cognitive psychology and its implications <dt.>*. Hg. FUNKE, J., Heidelberg: Spektrum der Wiss. Verl.-Ges.,

BECKER-CARUS, C./WENDT, M., ²2017. *Allgemeine Psychologie: Eine Einführung*. Deutschland: Springer Verl.

GNÄNDIGER, C., 2007. *Politikerinnen in deutschen Printmedien: Vorurteile und Klischees in der Berichterstattung*.

KLEIN, J., 1994. *Medienneutrale und medienspezifische Verfahren der Absicherung von Bewertungen in Presse und Fernsehen. Typologie und semiotische Distribution*. In: MOILANEN, M., *Überredung in der Presse: Texte, Strategien, Analysen*. Berlin [u.a.]: De Gruyter.

KOCKS, K., 2001. *Glanz und Elend der PR: Zur praktischen Philosophie der Öffentlichkeitsarbeit*. Wiesbaden: Westdt. Verl.

SARCINELLI, U., ³2011. *Politische Kommunikation in Deutschland Medien Und Politikvermittlung Im Demokratischen System*. Wiesbaden: VS Verl.

SARCINELLI, U./ TENSCHER, J. (Hg.), 2008. *Politikherstellung und Politikdarstellung: Beiträge zur politischen Kommunikation*. Köln: Halem

THIELE, M., 2015. *Medien Und Stereotype: Konturen Eines Forschungsfeldes*. Bielefeld: Transcript-Verl.

Korpus-Referenzen*

- 1) K. A., 24.10.2017. *Philipp Amthor: Mit „Muttis“ Tipps im Bundestag*. NDR Nachrichten, <https://www.ndr.de/nachrichten/mecklenburg-vorpommern/Philipp-Amthor-Mit-24-in-Bundestag,amthor104.html>,
- 2) VOIGT, S., 17.10.2017. *Philipp Amthor, der neue Klassensprecher im Bundestag*. Nordkurier. <https://www.nordkurier.de/ueckermuende/philipp-amthor-der-neue-klassensprecher-im-bundestag-1730144310.html>
- 3) → FIEL AUFGRUND DOPPLUNG HERAUS
- 4) SIPPPEL, D., 23.09.2017. *Er ist 24 und will in den Bundestag*. DER SPIEGEL. <http://www.spiegel.de/karriere/philipp-amthor-cdu-kandidat-fuer-den-bundestag-a-1169162.html>
- 5) K.A., 25.09.2017. *Kandidat Amthor: Der Bengel will nach Berlin*. DER SPIEGEL. <http://www.spiegel.de/fotostrecke/kandidat-amthor-der-bengel-will-nach-berlin-fotostrecke-152673-8.html>
- 6) K.A., 25.09.2017. *Mit 24 in den Bundestag*. DER SPIEGEL. <http://www.spiegel.de/karriere/cdu-mann-philipp-amthor-mit-24-in-den-bundestag-a-1169788.html>
- 7) KLEINPETER, L., 26.09.2017. *Philipp Amthor – mit 24 jüngster CDU-Abgeordneter* <https://www.shz.de/deutschland-welt/bundestagswahl/philipp-amthor-mit-24-juengster-cdu-abgeordneter-id17929826.html>
- 8) ARNSPERGER, M., 29.09.2017. *Philipp Amthor. CDU-Jungspund entriss AfD eine Hochburg – mit einer Merkel-Strategie*. Focus. http://www.focus.de/politik/deutschland/bundestagswahl_2017/philipp-amthor-cdu-jungspund-entriss-afd-eine-hochburg-mit-einer-merkel-strategie_id_7647397.html

- 9) KLÖCKNER, J. 27.09.2017. *Wie ein 24-jähriger CDU-Politiker in Meck-Pomm die AfD besiegte - und was seine Partei von ihm lernen kann.* Huffington Post. http://www.huffingtonpost.de/2017/09/27/cdu-amthor-afd_n_18119784.html
- 10) DEGRASSI, K., 01.10.2017. *Muttis Liebling - unser neuer Vertreter im Bundestag.* Ostsee-Zeitung. <http://www.ostsee-zeitung.de/Vorpommern/Greifswald/Politik/Muttis-Liebling-unser-neuer-Vertreter-im-Bundestag>
- 11) KLEINPETER, L., 12.09.2017. *Mit 24 Jahren auf Stimmenfang.* SVZ. <https://www.svz.de/regionales/mecklenburg-vorpommern/mit-24-jahren-auf-stimmenfang-id17804421.html>
- 12) BIRNBAUM, R./SIRLESCHTOV, A., 20.08.2017. *Seehofer verwirrt mit Aussagen zur Obergrenze.* Der Tagesspiegel. <http://www.tagesspiegel.de/politik/bundestagswahl-seehofer-verwirrt-mit-aussagen-zur-obergrenze/20212580.html>
- 13) DEGRASSI, K., 24.09.2017. *Ein 24-Jähriger gewinnt das Direktmandat im Wahlkreis 16.* Ostsee-Zeitung. <http://www.ostsee-zeitung.de/Vorpommern/Usedom/Politik/Ein-24-Jaehriger-gewinnt-das-Direktmandat-im-Wahlkreis-16>
- 14) MAAB, A., 27.10.2017. *Jetzt schaut sich Amthor an, wie in Berlin der Hase läuft.* Nordkurier - Neubrandenburger Zeitung Stargard, Seite 17. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6xa4h0xdd7a10zkv8esh
- 15) FIEDLER, M., 24.10.2017. *Junge Milde // Nur zwölf Abgeordnete im neuen Bundestag sind jünger als 30. Begegnungen mit einer motivierten Minderheit.* Der Tagesspiegel Nr. 23274 Seite 13. https://bib-voebb.genios.de/document/TSP__2017102411066030%7CTSPH__2017102411066030%7CTSPN__2017102411066030
- 16) K. A., 16.10.2017. *Schild-Bürgerstreich.* Nordkurier - Neubrandenburger Zeitung Stargard, Seite 15. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6x4i92dikpl1mz22luqt
- 17) K. A., 14.10.2017. *Letzter Kandidat im Kannen-Wettstreit.* Nordkurier - Vorpommernkurier, Seite 19 https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6x3fgmci9zotnfsczk7
- 18) K. A., 26.09.2017. *Wahlsplitter.* Berliner Zeitung, Seite 5. https://bib-voebb.genios.de/document/BEZE__MDS-A-EF0AA1FE-AE1D-457B-9BE8-F431CF77822A
- 19) K. A., 26.09.2017. *Nachlese zur Bundestagswahl in der Region. Kanzlerin erkundigt sich nach Grün-Schwarz.* Schwäbische Zeitung Ehingen, Seite 15. https://bib-voebb.genios.de/document/SWAZ__20170926004102671_6250279516013815-EHINGEN
- 20) RATHKE, M., 26.09.2017. *Zweitjüngster Abgeordneter kommt aus Vorpommern.* Ostsee-Zeitung, Seite 8 https://bib-voebb.genios.de/document/OSZ__A7066176
- 21) K. A., 25.09.2017. *Bundestagsabgeordnete. Philipp Amthor ist der Jüngste.* Handelsblatt online. https://bib-voebb.genios.de/document/HBON__HB%2020375020
- 22) K. A., 25.09.2017. *Der heiße Kampf um den Nordosten.* Nordkurier - Neubrandenburger Zeitung Stargard, Seite 5. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wtustuztlj166tas155j
- 23) K. A., 24.09.2017. *CDU-Youngster, Amthor holt Direktmandat in Südvorpommern.* Welt online. https://bib-voebb.genios.de/document/WEON__153343910
- 24) MEERKATZ, C./DEGRASSI, K., 23.09.2017. *Knappe Entscheidung erwartet.* Ostsee-Zeitung, Seite 11. https://bib-voebb.genios.de/document/OSZ__A7062921
- 25) SCHÖNEBECK, C., 21.09.2017. *Die Politik-Maschine.* Nordkurier - Neubrandenburger Zeitung Stargard, Seite 18. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wr1x1vj4ix1l1bzq904
- 26) BROST, M./FREHSE, L./GEIS, M. ET AL., 14.09.2017. *Hau ab!* Die Zeit, Nr. 38, S. 6. https://bib-voebb.genios.de/document/ZEIT__DAD3AE1B08D5DD6C17AEAE1BE8CC2200%7CZEIA__DAD3AE1B08D5DD6C17AEAE1BE8CC2200
- 27) K. A., 13.09.2017. *Flotte Sprüche, große Gesten und die ersten zeigen Nerven.* Nordkurier - Vorpommernkurier, Seite 15. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wnk5jem8yo1kvozzxi
- 28) K. A., 13.09.2017. *Er könnte ihr Vater sein.* Nordkurier - Vorpommernkurier, Seite 15 https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wni1xxrdu043q165n5

- 29) K. A., 13.09.2017. *Für unser Land, für Angela Merkel*. Nordkurier - Vorpommernkurier, Seite 15. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wnhoicl6o112fmpa1ne
- 30) DELHAES, D., 11.09.2017. *Das große Bibbern*. Handelsblatt print: Nr. 175, Seite 006 https://bib-voebb.genios.de/document/HB__0E419CF9-1AFB-4809-A776-36429938C851%7CHBPM__0E419CF9-1AFB-4809-A776-36429938C851
- 31) STORBECK, L., 09.09.2017. *Der Kampf ums Direktmandat und die stilvolle Kleidungsfrage*. Nordkurier - Vorpommernkurier, Seite 18. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wlfifagbv9jgvyg1nxy
- 32) K. A., 08.09.2017. *Protest gegen Merkel in Wolgast*. Ostsee-Zeitung – Rostock, Seite 1. https://bib-voebb.genios.de/document/OSZ__A7046131
- 33) K. A., 02.09.2017. *Nun doch: SPD bläst zum Angriff*. Nordkurier - Vorpommernkurier Demmin Jarmen, Seite 21. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wi14h3hzuhk6tse7we
- 34) STEFFEN, M., 30.08.2017. *So ist er, der Wahlkampf in Woldegk!*. Nordkurier - Strelitzer Zeitung, Seite 15 https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wgdiq70o1f1ad5xe8c3
- 35) K. A., 30.08.2017. *Der schwarze Dinosaurier und seine ewige Kanzlerin*. Nordkurier - Neubrandenburger Zeitung Stargard, Seite 3. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wghz0y5rbt12yupl17rm
- 36) K. A., 29.08.2017. *Weisheiten aus Schwaben in Vorpommern*. Nordkurier - Pasewalker Zeitung, Seite 17. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wfdzduwsm7cyinnv1ojt
- 37) K. A., 28.08.2017. *Amthor holt noch mehr CDU-Promis in die Region*. Nordkurier - Pasewalker Zeitung, Seite 17. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6wfd2vpqho818192zy1q
- 38) BIRNBAUM, R., 21.08.2017. *Spiel mit der Obergrenze // Seehofer macht Wahlkampf in Neubrandenburg und betont, dass Frieden herrsche mit Merkel*. Der Tagesspiegel Nr. 23212, Seite 004. https://bib-voebb.genios.de/document/TSP__2017082110945456%7CTSPH__2017082110945456%7CTSPN__2017082110945456
- 39) JOHNER, C., 21.08.2017. *AfD-Kandidat findet, dass alle anderen es nicht können*. Haff-Zeitung, Seite 16. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6waquyemi5u1atgt99it
- 40) BEIGANG, T., 19.08.2017. *Beim Auftritt in der Kreisstadt hat der Bayer kein Freibier im Gepäck*. Nordkurier - Strelitzer Zeitung, Seite 18. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6was4ee5ka912btdufnu
- 41) SCHÖNEBECK, C., 19.08.2017. *Amthor-Auftritt im TV: Kuchen und Kastration*. Nordkurier - Pasewalker Zeitung, Seite 19. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6watmq1pl2u13mkga14ce
- 42) K. A., 14.08.2017. *Eine gute Fee entscheidet das Glasower Kochduell*. Nordkurier - Pasewalker Zeitung, Seite 16. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6w83kugchjqlqo801z38
- 43) KORDS, G., 11.08.2017. *Klingel-Alarm! Die Zeugen Angelas kommen*. Nordkurier - Neubrandenburger Zeitung Stargard, Seite 2. https://bib-voebb.genios.de/document/NKU__doc6w6l1fydhaoyd0j94ae

*Die Referenzen sind nicht alphabetisch angeordnet. Die Nummerierung der Quellen entspricht der numerischen Zuordnung im Korpus.