



Medien-Brief 1/15

Große Resonanz auf Ernst-Schneider-Preis



Die Macht der Algorithmen, Frauen in Führungspositionen, Integration von Flüchtlingen, kaputte Straßen und Brücken, Steuermoral, Freihandelsabkommen, Abneigung gegen Massentierhaltung, Geschäfte mit Russland, Share Economy, Energiewende, Fairtrade, Gesundheitswirt-

schaft - mehr als tausend Beiträge sind zum Ernst-Schneider-Preis 2015 eingereicht worden. Zehn Jurys werden im Frühjahr Vorauswahlen treffen. Für die Schlussjurys haben bereits zugesagt: Joachim Knuth, Hörfunkdirektor NDR, Birgit Wentzien, Chefredakteurin Deutschlandfunk, Juliane Leopold, Chefredakteurin BuzzFeed Deutschland, Philipp Jessen, Chefredakteur Online Stern, Burghard Schnödewind, Leiter ARD.de, Rainer Esser, Geschäftsführer Zeit, Lars Haider, Chefredakteur Hamburger Abendblatt und der Präses der Handelskammer Fritz Horst Melsheimer. Die Preisverleihung 2015 richtet die Handelskammer Hamburg im Rahmen ihres 350-jährigen Jubiläums am 20. Oktober aus. Jörg Thadeusz moderiert den Abend.

Freie Wahl des Arbeitsplatzes

Das Handelsblatt will eine „multimediale Reporter-Zeitung“ werden. Nach den Vorstellungen von Herausgeber Gabor Steingart können Redakteure künftig selbst entscheiden, wo und wie sie ihre Arbeit erledigen. Das neue Redaktionskonzept soll die Rituale des „im überkommenen Industriezeitalter verwurzelten Modells von der allmächtigen Redaktionszentrale“ ablösen. Nach Willen von Steingart soll die neue Struktur es ermöglichen, dass die Redakteure deutlich häufiger „rausgehen und mit lebenden Menschen reden“.

Neue Website, Facebook, Twitter

Der Ernst-Schneider-Preis hat eine neue Website, die bis zu 800 Besucher am Tag anzieht. Seit kurzem ist der Preis auch auf Facebook sowie Google Plus aktiv und twittert. Knapp hundert Follower haben die Social Media Auftritte erreicht:

- <http://www.ernst-schneider-preis.de>
- <http://www.twitter.com/ESPreis>
- <http://www.facebook.com/pages/Ernst-Schneider-Preis/629346673877518>
- <http://www.google.com/+Ernst-schneider-preisDe>

Reichweitenstarkes Radio

Radio nutzen mehr Menschen als das Internet und das Fernsehen; für die meisten ist es Stimmungsbegleiter. Aber auch die informationsbasierten Programme wie NDR info, B5 aktuell und MDR info haben einen hohen Zuspruch. Aktuell verweilen die Hörer hier 84 Minuten pro Tag (Media Perspektiven 10/2014). Die Gründe der Programmbindung liegen in den verlässlichen Informationen, der Einordnung und Kommentierung des Tagesgeschehens.

Aus für Wall Street Journal Deutschland

Nach zwei Jahren war Schluss. Rupert Murdoch stellte Ende 2014 das „Wall Street Journal Deutschland“ ein. Die digitale Zeitung kam zuletzt auf 900.000 Visits pro Monat, Konkurrent Handelsblatt verzeichnete 19 Millionen Besuche. Im Januar 2012 war die Redaktion mit dem Ziel angetreten, zum führenden Anbieter von internationalen Finanz- und Wirtschaftsnachrichten zu werden.

Neue Gründershow

Die erfolgreiche Gründerserie „Höhle der Löwen“ (Vox) findet Nachahmer. Kabel 1 will am 31. März eine Startup-Show im Gastro-Bereich ausstrahlen. In „Gutes Essen



zahlt sich aus“ stellen Gründer ihre Restaurant-Konzepte vor. Die Gewinner sollen ihre Konzepte innerhalb von 48 Stunden mit dem Geld der Investoren realisieren.

Neues zum 50. vom WDR

Vom 24. August bis zum 4. September testet der WDR eine Reihe neuer Fernsehsendungen. Anlässlich des 50jährigen Bestehens verspricht Fernsehdirektor Jörg Schönenborn überraschende Formate. Auch etablierte Sendungen wie die Wirtschaftssendung „markt“ sind aufgerufen Neues zu wagen.

Feingeist-Magazin



Der ehemalige „Focus“-Chefredakteur Wolfram Weimer bringt gemeinsam mit der Autorenzeitschrift Schweizer Monat das neue Magazin „Denkzeit“ heraus, das sich eigenen Angaben zufolge an die „unternehmerisch denkende Elite“ wendet. Das E-

Magazin bietet „kantige Inhalte jenseits der windigen News(un)kultur“, so Chefredakteur René Scheu. In der ersten Ausgabe kommen unter anderem Peter Sloterdijk und Josef Ackermann zu Wort. Das Magazin kann kostenlos heruntergeladen werden:

<http://www.wirtschaftskurier.de/denkzeit>

Rheinische Post mit Digitaler Wirtschaft

Die in Düsseldorf erscheinende Rheinische Post führt einen neuen regelmäßigen Schwerpunkt „Digitale Wirtschaft“ ein. Chefredakteur Michael Bröcker sieht in dem Thema einen wichtigen Aspekt der künftigen Wirtschaftsberichterstattung. Eine Gruppe von Redakteuren, Journalistenschülern, Grafikern und Technikern (interne Bezeichnung „Wilde 13“) entwickelt derzeit entsprechende digitale Formate.

In Zukunft gedruckt

Wie das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Wirtschaftsmagazins „Capital“ bei fast 500 Entscheidern aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung ermittelte, bevorzugen gut zwei Drittel der Befragten Informationen auf Papier. Obwohl sich viele auch im Netz über das aktuelle Geschehen informieren, ist die überwältigende

Mehrheit davon überzeugt, dass die gedruckte Zeitung Zukunft hat: 80 Prozent der Entscheider erwarten, dass die Zeitung in Zukunft auch in gedruckter Form eine große Rolle spielen wird. Unter den 496 Befragten waren 70 Vorstände aus Konzernen sowie 18 Ministerpräsidenten und Minister und 22 Leiter von Bundesbehörden.

Vier Minuten online

Meedia hat anlässlich des Starts von „Krautreporter“ die Aufenthaltsdauer von Online-Lesern ermittelt. Krautreporter ist im Oktober 2014 mit längeren Reportagen gestartet. Das Online-Magazin will per Crowdfunding unabhängigen Journalismus finanzieren. Die Leser verweilen knapp sechs Minuten auf dieser Seite. Zum Vergleich: Auf Spiegel Online hält sich ein Nutzer im Durchschnitt fast fünf Minuten auf, bei Bild.de ist es etwas weniger. Bei Focus Online und Welt.de liegt die Verweildauer um die drei Minuten. Auch ein Lesemedium wie Zeit Online kommt nur auf knapp vier Minuten.

Fernseh-News auf Facebook

„The One Thing“ heißt eine knapp zweiminütige Nachrichtensendung, die für Nutzer von Facebook konzipiert ist. Das Format liefert der amerikanische Sender ABC. Wer das soziale Netzwerk mobil nutzt, was die meisten der mittlerweile rund 1,3 Milliarden Nutzer machen, verfügt meist aber über geringe Bandbreiten, was das Abspielen von Videos erschwert.

Wer zahlt wie viel fürs Fernsehen?

Aus einem Gutachten des Bundesfinanzministeriums lässt sich ablesen, wie viel sich andere Länder öffentlich-rechtlichen Rundfunk kosten lassen. Die höchste Rundfunkgebühr zahlen Schweizer mit 384 Euro im Jahr (Deutschland 216 Euro). Auch Skandinavien zahlen zum Teil deutlich mehr. Am geringsten ist der Rundfunkbeitrag in Portugal mit 27 Euro im Jahr. Die in dem Gutachten analysierten 31 Länder finanzieren ihren Rundfunk entweder über Gebühren, Steuern, Werbung oder wie in den USA über Spenden.

Kontakt: Christian Knüll
 Telefon: 0221 1640-157
 Telefax: 0221 1640-499
 E-Mail: christian.knuell@koeln.ihk.de
 www.ernst-schneider-preis.de



18. Februar 2015

