

Wirtschaftsthemen in den Fernsehnachrichten

**Hauptnachrichten
von
ARD, ZDF, RTL, SAT.1, ProSieben, Kabel 1, RTL II, Vox**

10.– 16. März 2003

Schlussbericht

**Erstellt im Auftrag
von
Ernst-Schneider-Preis der deutschen Industrie- und Handelskammern e.V.**

Köln, 1. August 2003

Inhalt	Seite
1 Problemstellung und Zielsetzung	2
2 Methodische Anlage der Untersuchung	6
2.1 Fragestellungen	6
2.2 Untersuchungsgegenstand und Zeitraum	6
2.3 Definition zum „Thema Wirtschaft“	9
2.4 Analysedesign	9
3 Ereignishintergrund und Themenlage	11
4 Untersuchungsergebnisse	13
4.1 Nachrichtenumfang und Gesamtthemenstruktur	13
4.2 Umfang der Wirtschaftsberichterstattung	18
4.3 Darbietungsformen	21
4.4 Gestaltungselemente	22
4.5 Info-Elemente	24
4.6 Themenstruktur der Wirtschaftsbeiträge	25
4.6.1 <i>Universelle Themenkategorien der Wirtschaftsberichterstattung</i>	25
4.6.2 <i>Spezifische Themen der Wirtschaftsberichterstattung</i>	26
4.7 Akteure in der Wirtschaftsberichterstattung	33
4.8 Verständlichkeit der Wirtschaftsberichterstattung	40
5 Zusammenfassung und Fazit	46
6 Literaturverzeichnis	48
7 Wirtschaftsbeiträge in ausgewählten Tageszeitungen	49
8 Tabellenverzeichnis	52
9 Abbildungsverzeichnis	53
10 Übersichtenverzeichnis	54

1 Problemstellung und Zielsetzung

Wirtschaftsthemen haben für moderne Gesellschaften einen hohen Stellenwert. In welcher Form die Medien diesem Anspruch Rechnung tragen, ist allerdings unterschiedlich. Denn für die Umsetzung von Wirtschaftsthemen bietet sich ein breites Spektrum an Möglichkeiten, die zum einen durch medienspezifische Unterschiede, zum anderen auch durch Ausrichtung auf die Interessen eines bestimmten Zielpublikums mitbeeinflusst werden. Bei den Printmedien reicht die Spannweite von den speziellen Wirtschaftszeitungen mit dem Ressortschwerpunkt Wirtschaft und Finanzen und den überregionalen Qualitätszeitungen mit umfassendem Wirtschaftsteil bis hin zu den Boulevardblättern. Auf der Seite des Fernsehens findet man eine ähnliche Spannweite, die von den speziellen Spartenkanälen mit aktueller Informationsvermittlung über Wirtschaftsprozesse und Börsen und von den informationsorientierten Vollprogrammen bis hin zu den unterhaltungsorientierten Programmen reicht.

Unterstellt man, dass sich der sogenannte Normalbürger nur selten aus den ressortspezifischen Print- oder audiovisuellen Medien über Wirtschaft informiert, sondern hauptsächlich das leicht zugängliche Fernsehen als Leitmedium nutzt und dort das Wichtigste aus den Hauptnachrichten und den politisch sowie wirtschaftlich informierenden Magazinen zu erfahren glaubt, bleibt die Informationsleistung dieser Medien nach wie vor ein gesellschaftspolitisch wichtiger Faktor. Wie viel und in welcher Weise über Wirtschaftsthemen im Fernsehen berichtet werden sollte, kann je nach Standpunkt unterschiedlich beurteilt werden. Anders als der Durchschnittsbürger erkennt der mit fachlicher Kompetenz ausgestattete Wirtschaftsjournalist möglicherweise manche Defizite in der Wirtschaftsberichterstattung, wenn er ein idealtypisches Anspruchsniveau zugrunde legt. Einen allgemein verbindlichen normativen Rahmen im Hinblick auf die Funktionen der Gesamtprogrammangebote haben die Rundfunkurteile des Bundesverfassungsgerichts geschaffen, an denen die Verpflichtungen der Sender zu messen sind. Nachdem das Bundesverfassungsgericht in seinem 4. Rundfunkurteil dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk den Auftrag zur Grundversorgung zugewiesen und dem privaten Rundfunk Leistungsminderungen zugestanden hat,¹ hat es im 5. und 6. Rundfunkurteil das Verhältnis der beiden Säulen im dualen System zueinander weiter präzisiert. Danach sollen die Anspruchsminderungen an den privaten Rundfunk solange gelten, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinem Funktionsauftrag gerecht wird.² Zieht man den seit Juli 2002 geltenden Rundfunkstaatsvertrag heran, werden darin nach wie vor auch von den privaten Sendern Informationsleistungen gefordert, jedoch sind die Kriterien so allgemein gehalten, dass es schwierig erscheint, sie in der Praxis justitiabel zu überprüfen.³

Orientiert man sich bei der Suche nach geeigneten Kriterien zur Beurteilung der von den Fernsehprogrammen angebotenen Wirtschaftsinformationen an den allgemeinen normativen Programmgrundsätzen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, lassen sich auch nur allgemeine

¹ BVerfGE 73, 118 (vom 4. November 1986), BVerfGE 74, 297 (vom 24. März 1987) und BVerfGE 83, 238 (vom 5. Februar 1991). Siehe hierzu Stuißer, Hans-Werner: Medien in Deutschland. Band 2, Rundfunk Teil 1: Kapitel Rundfunkrecht. Die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, S. 433-449. Buchwald, Manfred: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Institution – Auftrag – Programme: In: Schwarzkopf, Dietrich (Hrsg.): Rundfunkpolitik in Deutschland. Wettbewerb und Öffentlichkeit. Band 1, München 1999, S. 316-407.

² Zur Bewertung der Folgen siehe Hoffmann-Riehm, Wolfgang: Thesen zur Regulierung der dualen Rundfunkordnung. In: Medien & Kommunikation 1/2000, S. 7-21; ebenso Eifert, Martin: Funktionsauftrag: Funktionserfüllung als Auftrag und Aufgabe. In: epd medien 11/2000, S. 3-7.

³ Dort heißt es unter Absatz I. der allgemeinen Vorschriften in § 2 Satz (2) „Im Sinne dieses Staatsvertrages ist 1. Vollprogramm ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden.“ Ferner in § 10 Satz (1) „Berichterstattung und Informationssendungen haben den anerkannten journalistischen Grundsätzen, auch beim Einsatz virtueller Elemente, zu entsprechen. Sie müssen unabhängig und sachlich sein. Nachrichten sind vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit und Herkunft zu prüfen. Kommentare sind von der Berichterstattung deutlich zu trennen und unter Nennung des Verfassers als solche zu kennzeichnen.“ Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland in der Fassung des sechsten Rundfunkänderungsstaatsvertrags. In: Media Perspektiven Dokumentation I/2002, S. 4 und S. 8.

Anhaltspunkte gewinnen. Was für die Information allgemein gilt, sollte demnach auch für den speziellen Bereich der Wirtschaftsinformation gelten: Sie sollte umfassend, sachlich, objektiv und unparteiisch bzw. parteilich ausgewogen sein, an gesellschaftlicher Relevanz orientiert sein und verständlich dargeboten werden. Darüber hinaus sollte sie allerdings auch – und dies im Interesse der breiten Zuschauermehrheit - Zusammenhänge und Hintergründe aufzeigen, um wirtschaftliche Prozesse und wirtschaftspolitische Entscheidungen besser nachvollziehen und verstehen zu können.

Zweifel daran, dass diese Kriterien von den Programmanbietern alle in idealer Weise erfüllt werden, hat es schon früher gegeben. Seltener als vergleichende Analysen der Gesamtprogrammangebote mit ihren Strukturen und Funktionen,⁴ ist speziell die Wirtschaftsberichterstattung Gegenstand empirischer Untersuchungen gewesen. Blickt man in die Vergangenheit zurück, stößt man auf eine Studie von Gero Kalt, in der die Wirtschaftsberichterstattung von ARD und ZDF aus dem Zeitraum vom 30. März bis 30. April 1990 einer empirischen Überprüfung unterzogen wurde. Die Kritik an der Wirtschaftsberichterstattung, die Ausgangspunkt der damaligen Studie war, fasste Kalt in folgenden Punkten so zusammen:

- „Wirtschaftsthemen fristen in den Nachrichtensendungen ein klägliches Schattendasein, nur ein Bruchteil der täglichen Meldungen behandelt ökonomische Fragen. Die Sendungen sind auf wenige Themen getrimmt, die an einer Hand abzuzählen sind.
- Den meisten Menschen mangelt es an notwendigen Erläuterungen, Zusammenhängen und Hintergründen. Welcher Zuschauer kann schon einschätzen, was Lombardsatz, Teuerungsrate oder Subventionen sind, und welche konkreten Auswirkungen die eben verkündete Neuigkeit für seine persönliche Situation hat?
- Der Wirtschaftsbürger sieht sich mit einer immer größeren Flut von Einzelinformationen und Detailwissen konfrontiert, findet sich gleichzeitig in seinem wirtschaftlich-sozialen Umfeld aber immer weniger zurecht.
- Die Auswahl der Themen hängt allzu oft von subjektiven politischen Vorlieben der Journalisten ab. Diese orientieren sich häufig an Kollegen und Vorgesetzten, weniger an den Bedürfnissen des Publikums.
- Die Moderatoren der Journale tendieren dazu, ihre persönliche Meinung überzubetonen, auch wenn ihr Beitrag nicht als Kommentar gekennzeichnet ist.
- Die Journalisten greifen Wirtschaftsthemen oftmals erst auf, wenn es etwas zu enthüllen oder anzuklagen gibt. Es muß erst ein Unglück geschehen, um ihre Aufmerksamkeit zu erregen. Dies aber führt insgesamt zu einer Verzerrung der Wirklichkeit.
- Verlautbarungen verdrängen die wirklichen Ereignisse, ‚inszenierte‘ Nachrichten, ausgelöst durch Pressekonferenzen oder Mitteilungen interessierter Kreise, dominieren.
- Die Präsentation ist stereotyp und langweilig, sie kann die notwendige Aufmerksamkeit nicht erregen.“⁵

Die Untersuchungsbasis von Kalt umfasste 126 Nachrichtensendungen mit 1949 Beiträgen, davon enthielten 316 Beiträge (16,2 %) ein Wirtschaftsthema. Kalt kam unter anderem zu folgenden qualitativen Befunden:

- Zwischen ARD und ZDF ließ sich kein Unterschied in der politischen Tendenz der Wirtschaftsberichterstattung feststellen.

⁴ Krüger, Udo Michael: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991-2000, Schriftenreihe Media Perspektiven Band 15, Baden-Baden 2001. Siehe hierzu auch die seit 1997 von den Landesmedienanstalten in Auftrag gegebenen Programmanalysen. Weiss, Hans-Jürgen und Joachim Trebbe: Fernsehen in Deutschland 1998-1999. Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Band 18, Berlin 2000.

⁵ Kalt, Gero: Info-Transport mit Schlagseite. Defizite bei den Nachrichtensendungen von ARD und ZDF. In: Ders. (Hrsg.): Wirtschaft in den Medien. Defizite, Chancen und Grenzen. Eine kritische Bestandsaufnahme, Frankfurt 1990, S. 41-54. Hier zitiert S. 43.

- Selten wurden in der Berichterstattung Hintergründe oder Zusammenhänge verdeutlicht.
- Die Darstellung von Konflikten bzw. Kontroversen folgte immer dem gleichen Schema: Einer Position wurden alle anderen Positionen gegenübergestellt, um den Proporz zu wahren. Doch dabei wurde von den Akteuren nichts Konkretes gesagt, so dass die ohnehin knappe Sendezeit vertan wurde, statt sie mit Erläuterungen zur Sache auszufüllen.
- Die in Sprechermeldung oder in der Moderation erwähnten Fakten wurden in den nachfolgenden Filmberichten meistens nur wiederholt, aber nicht in ihren Bedeutungen erklärt.

Die Fernsehjournalisten begegneten dieser Kritik unter anderem mit den Argumenten, für Erläuterungen sei in einer Nachrichtensendung, die den unterschiedlichsten Themen Aufmerksamkeit gibt, keine Zeit. Dies sei auch leicht nachvollziehbar, denn der gesamte Text einer 15-Minutensendung entspreche etwa dem Text, der auf dem Drittel einer Zeitungsseite stehe. Für ausführliche Informationen mit Analysen der Fakten seien spezielle Wirtschaftssendungen vorhanden. Zur Verbesserung der Wirtschaftsberichterstattung empfahl Kalt: Wirtschaftsthemen näher mit den Menschen zu verbinden, längere Sendezeiten zu schaffen, den Wirtschaftsredakteuren mehr Gewicht zu geben, häufiger Kommentare zu einem Wirtschaftsthema anzubieten und dabei auch externe Wirtschaftsexperten mit einzubeziehen.

Nachdem inzwischen 13 Jahre seit der kritischen Studie zur Wirtschaftsberichterstattung in den Nachrichten von ARD und ZDF vergangen sind und von der Entwicklung des dualen Rundfunksystems grundlegende Verbesserungen erwartet wurden, erscheint es reizvoll, einmal das gesamte Spektrum der Vollprogramme mit bundesweiter Ausstrahlung in den Blick zu nehmen und die heutige Form der Wirtschaftsberichterstattung näher zu betrachten. Neben den öffentlich-rechtlichen Hauptprogrammen werden nun auch alle privaten Vollprogramme, die nach dem Rundfunksstaatsvertrag zu Informationsangeboten verpflichtet sind, in diese Betrachtung miteinbezogen.

Um eine Diskussion über die Vermittlung von Wirtschaftsthemen im Fernsehen an konkreten Befunden und Beispielen festmachen zu können, hat die Ernst-Schneider-Preis der deutschen Industrie- und Handelskammern e.V. das *IFEM* Institut für empirische Medienforschung GmbH in Köln mit der Durchführung einer empirischen Studie beauftragt. Die Studie hat die Zielsetzung, ein Bild von der gegenwärtigen Situation der Wirtschaftsberichterstattung im dualen Fernsehsystem zu erarbeiten. Mit den Methoden der empirischen Forschung soll gezeigt werden, welche Ereignisse und Themen des Wirtschaftslebens von Journalisten ausgewählt, aufbereitet und einem Millionenpublikum präsentiert werden. Zu diesem Zweck wird die Wirtschaftsberichterstattung auf breiter Senderebene in den wichtigsten und von den Zuschauern meist genutzten Informationsangeboten, den Hauptnachrichtensendungen, systematisch untersucht. Dabei geht es um den Umfang, die Formen und Inhalte der Wirtschaftsberichterstattung, aber auch um Einblicke in die Selektionspräferenzen der unterschiedlichen Sender bei gleichen Ereignisbedingungen. Aus forschungsökonomischen Gründen ist die Untersuchung als Momentaufnahme zwar nur auf eine Woche begrenzt, diese Woche enthält jedoch eine Ereigniskonstellation, die aufschlussreiche Reaktionen seitens der Sender erwarten lässt und daher im Sinne der Zielsetzung besonders interessant erscheint. Die Studie sollte nicht nur im Hinblick auf ihre konkreten empirischen Einzelergebnisse gesehen werden, sondern wünschenswert wäre es, wenn sie mit Hilfe des Datenmaterials und der TV-Fallbeispiele auch

zu weiteren Fragen und Vorschlägen anregt, um dem Thema Wirtschaft aus möglichst unterschiedlichen Perspektiven zu größerer Aufmerksamkeit zu verhelfen.

2 Methodische Anlage der Untersuchung

Die Studie ist als eine systematische Inhaltsanalyse konzipiert. Es werden darin Merkmale der Wirtschaftsberichterstattung erfasst und quantifiziert, um typische Formen der Informationsangebote unterscheiden und vergleichen zu können. Die Materialgrundlage bilden archivierte Programmaufzeichnungen. Im folgenden Abschnitt werden die Untersuchungsfragen aufgeführt, der Untersuchungsgegenstand näher charakterisiert und das Design für die praktische Durchführung vorgestellt.

2.1 Fragestellungen

Folgende Fragestellungen bilden den Leitfaden für die Anlage der Untersuchung:

- Welchen Umfang hat das Thema Wirtschaft in den Fernsehnachrichten? Wie unterscheiden sich hierin die Sender?
- In welchen Verknüpfungen mit anderen Themenbereichen (Politik, Gesellschaft, Kriminalität etc.) treten Wirtschaftsthemen auf?
- Welche Anlässe führen zur Berichterstattung über Wirtschaft?
- Bei welchen Berichten gibt es in der Auswahl der Ereignisse Übereinstimmungen, bei welchen Abweichungen zwischen den Sendern?
- Welche Tiefe haben die Berichte über Wirtschaft? Vermitteln sie Zusammenhänge durch Hinweise auf Ursachen und Folgen oder beschränken sie sich auf singulär Faktisches ohne Hintergrund?
- Auf welche speziellen Themenaspekte eines Ereignisses richten die Sender ihre Aufmerksamkeit?
- Welche Institutionen und Unternehmen werden in welcher Weise präsentiert?
- Welche Akteure treten in welchen Rollen auf?
- Welcher Grad an Verständlichkeit kann den Wirtschaftsbeiträgen zugemessen werden?
- Welche Gestaltungsmittel werden genutzt, um Sachverhalte darzustellen?
- Welche Übereinstimmungen bzw. Abweichungen zeigen sich, wenn man die Wirtschaftsberichterstattung in den Fernsehnachrichten mit den in der Presse berichteten Ereignissen der Woche vergleicht?
- Von wie vielen Zuschauern werden die Sendungen gesehen?

Bei der Beantwortung dieser Fragestellungen stehen die wirtschaftsrelevanten Nachrichtenbeiträge im Zentrum. Die übrigen Beiträge werden quantitativ und formal mit Themen ausgewiesen, um die Sendungen als Gesamthintergrund überschaubar zu machen.

2.2 Untersuchungsgegenstand und Zeitraum

Untersuchungsgegenstand sind die Hauptnachrichten von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1, ProSieben, Kabel 1, RTL 2 und Vox. Damit sind die öffentlich-rechtlichen Hauptprogramme und die großen und kleineren privaten Vollprogramme einbezogen. Die privaten Programme lassen sich zudem auch nach Senderfamilien unterscheiden, RTL, RTL 2 und Vox als „RTL-Familie“ und SAT.1, ProSieben und Kabel 1 als „ProSieben/SAT.1-Gruppe“. Die Binnenverhältnisse der Anbieterstruktur liefern Hinweise auf Synergien bei der Produktion und Verwertung der Nachrichten.

Diese Hauptnachrichten werden täglich in der Sendezeit zwischen 17.45 und 20.15 Uhr ausgestrahlt. Sie verteilen sich auf folgende Anfangszeiten:

ARD/Das Erste	Tagesschau	20.00 Uhr
ZDF	heute	19.00 Uhr
RTL	RTL aktuell	18.45 Uhr
SAT.1	18:30	18:30 Uhr
und SAT.1 Nachrichten am Samstag		
ProSieben	ProSieben Nachrichten	20.00 Uhr
Kabel 1	Nachrichten	17.45 Uhr
RTL II	News	20.00 Uhr
Vox	Der Tag	18.00 Uhr

Für die Auswahl dieser Sendungen sprechen vor allem drei Gründe:

1. In die Nachrichten fließen am ehesten die aktuellen Informationen über wichtige Veränderungen im Bereich Wirtschaft ein.
2. Die Hauptnachrichten erzielen mit diesen Informationen die höchsten Zuschauerzahlen.
3. Die Hauptnachrichten bieten die bestmögliche Basis für einen Vergleich zwischen den Sendern, weil nur dieses Format bei allen Sendern gemeinsam anzutreffen ist.

Die ausgewählten Nachrichtensendungen stammen allesamt aus Vollprogrammen, deren Gesamtprogrammstruktur und Zuschauerreichweite sich zum Teil erheblich unterscheiden. So sind die Programmprofile von ARD und ZDF im Ganzen informationshaltiger als die der Privatsender.⁶

In den Jahren 2000 bis 2002 hatten die acht Vollprogramme folgende Marktanteile:

Tabelle 1 Anteil der Sender am TV-Konsum gesamt⁷

	2000	2001	2002
ARD/Das Erste	14,3	13,9	14,3
ZDF	13,3	13,2	13,9
RTL	14,3	14,7	14,6
SAT.1	10,2	10,1	9,9
ProSieben	8,2	8,0	7,0
Kabel 1	5,5	5,0	4,5
RTL II	4,8	4,0	3,8
Vox	2,8	3,1	3,3

Während die Marktanteile bei ARD und ZDF, von den leichten Schwankungen abgesehen, relativ stabil sind, zeigen sich bei den privaten Sendern leichte Unterschiede in der Entwicklungsrichtung. RTL behauptet seit 2001 die Marktführerschaft, und Vox verzeichnet einen kontinuierlichen Zuwachs. Dagegen ist bei SAT.1, ProSieben, Kabel 1 und RTL 2 ein leicht rückläufiger Trend zu beobachten.

⁶ Siehe hierzu Krüger, Udo Michael und Thomas Zapf-Schramm: Programmanalyse 2002/I: Wandel der Unterhaltungsformate im Fernsehen bei robuster Spartenstruktur. In: Media Perspektiven 3/2003, S. 102-114; Krüger, Udo Michael: Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Vergleich. In: Media Perspektiven 10/2002, S. 512-530.

⁷ Quelle: Darschin, Wolfgang und Heinz Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2002. In: Media Perspektiven 4/2003, S. 159.

Speziell auf die Nachrichtensendungen in der Untersuchungswoche bezogen, ergibt sich bei den Zuschauerzahlen und Marktanteilen der Sender folgendes Bild:

Tabelle 2 Zuschauerzahl und Marktanteil der Hauptnachrichten

Untersuchungswoche: 10.-16. März 2003		
	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %
Tagesschau im Ersten	6,75	21,6
heute im ZDF	5,79	22,9
RTL aktuell	4,52	19,0
18:30	2,14	10,1
ProSieben Nachrichten	1,52	4,9
RTL II News	1,02	3,3
Kabel 1 Nachrichten	0,64	4,0
Vox - Der Tag	0,60	3,4

Quelle: AGF/GfK

Die kleineren Privatsender haben durchweg weniger Zuschauer für ihre Nachrichtensendungen. Zu berücksichtigen sind hier auch Unterschiede in der Zielgruppenorientierung. Favorisieren schon die Privatsender allgemein im Interesse der Werbewirtschaft die jüngeren Altersgruppen der 14-49jährigen, so gilt dies insbesondere für RTL 2, denn hier beträgt der Anteil der Zuschauer unter 29 Jahren 80 Prozent (Quelle: ip-newmedia.de). Zwar bieten die Privatsender umfangreiche Wirtschaftsberichterstattung in den Nachrichtenkanälen n-tv und N24 an, doch diese richten sich an spezielle Zielgruppen und bedienen Special Interests bei geringer Zuschauerzahl. So kam n-tv in den Jahren 2000 bis 2002 nur auf einen Marktanteil, der den Wert von 0,7 Prozent nicht überschritt. Für den 9. Juli 2003 – hier als Beispiel eines aktuellen Stichtags – werden für n-tv insgesamt 0,5 Mio. und für N24 0,3 Mio. Zuschauer angegeben (Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung pc#tv, internet).

Nachrichten sind nur eines von verschiedenen Formaten, in denen Wirtschaftsthemen regelmäßig vermittelt werden. Je breiter die Vielfalt an Sendungsformaten eines Programms ist – und auch darin unterscheiden sich öffentlich-rechtliche von privaten Programmen und die größeren von den kleineren Privatprogrammen nochmals – desto mehr Möglichkeiten zur Auslagerung und Vertiefung von Informationen bestehen. Sender, die ihre Wirtschaftsthemen außer in den Nachrichten noch in verschiedenen anderen Sendungsformen präsentieren, verknüpfen auch häufig die Thematisierung zwischen den Formaten. So bietet sich die Möglichkeit, aktuelle Ereignisinformationen in den Nachrichten zu präsentieren und vertiefende bzw. Hintergrundinformationen den Formaten mit größeren Zeitblöcken vorzubehalten, auf die ggfs. verwiesen werden kann.

Der Untersuchungszeitraum umfasst die 11. Kalenderwoche vom 10. bis 16. März 2003. Es handelt sich dabei um die Woche vor Beginn des Irakkriegs (20. März). Bei nur einer Kalenderwoche als Untersuchungsphase ist damit zu rechnen, dass bestimmte Ereignisse über mehrere Tage thematisiert werden und andere Ereignisse davon verdrängt werden können. Auch für die Untersuchungswoche trifft dies zu, denn allein die zunehmende Eskalation der Irak-Krise führt zu vermehrter Berichterstattung dieses Themas. Es finden jedoch noch andere Schwerpunktereignisse in der Woche statt, die wegen ihrer unterschiedlichen Themenqualität letztlich zu einem insgesamt heterogenen Gesamtbild führen. Dennoch bleibt an dieser Stelle

festzuhalten, dass die Teilmenge der Nachrichten mit Wirtschaftsthemen in nur einer Woche relativ begrenzt ist und somit auch nur begrenzte Fallzahlen in die Analyse eingehen können.

2.3 Definition zum „Thema Wirtschaft“

Eine Analyse der Wirtschaftsberichterstattung in universellen Nachrichtensendungen setzt voraus, dass die Nachrichten mit Wirtschaftsbezug von anderen Nachrichten trennscharf abgegrenzt werden können. Nun ist aber der Begriff Wirtschaft ähnlich wie Politik oder Kultur durchaus dehnbar und führt zu Überschneidungen mit anderen Themenfeldern. Da es keine absolut trennscharfe und vorgegebene Definition für einen Wirtschaftsbeitrag gibt, ist man auf eine operationale Definition angewiesen, die es den Codern ermöglicht, in hoher Übereinstimmung solche Beiträge zu erkennen. In die Formulierung dieser Definition sind sowohl die Codier-Konventionen der *IFEM*-Newsanalysen als auch die Überlegungen vom Ernst-Schneider-Preis e.V. eingeflossen. Danach gilt als Definition von Wirtschaftsthemen:

Jede Nachricht über ein Ereignis, eine Verpflichtung oder eine Forderung mit unmittelbarer oder mittelbarer finanzieller Auswirkung sowie jede Information über Märkte, auch Arbeits- und Ausbildungsmärkte, jede Nachricht über Unternehmen oder ihr Umfeld (Bildung, Bürokratie, Umweltschutz) sowie Informationen über Unternehmer. Indikatoren sind Akteure aus Unternehmen, Gewerkschaften oder Verbänden sowie Politiker.

Mit dieser Definition ist der Geltungsbereich für Wirtschaftsthemen nicht nur auf Wirtschaft im engeren Sinne beschränkt, sondern auch nicht originär wirtschaftliche Handlungsbereiche können unter wirtschaftlichen Aspekten thematisiert werden.

2.4 Analysedesign

Untersucht wurden 54 Ausgaben der Hauptnachrichten von acht Fernsehsendern. Die wichtigsten Rahmendaten und Bezugsgrößen für die quantitative Analyse sind in folgenden Basiswerten ausgewiesen (Übersicht 1):

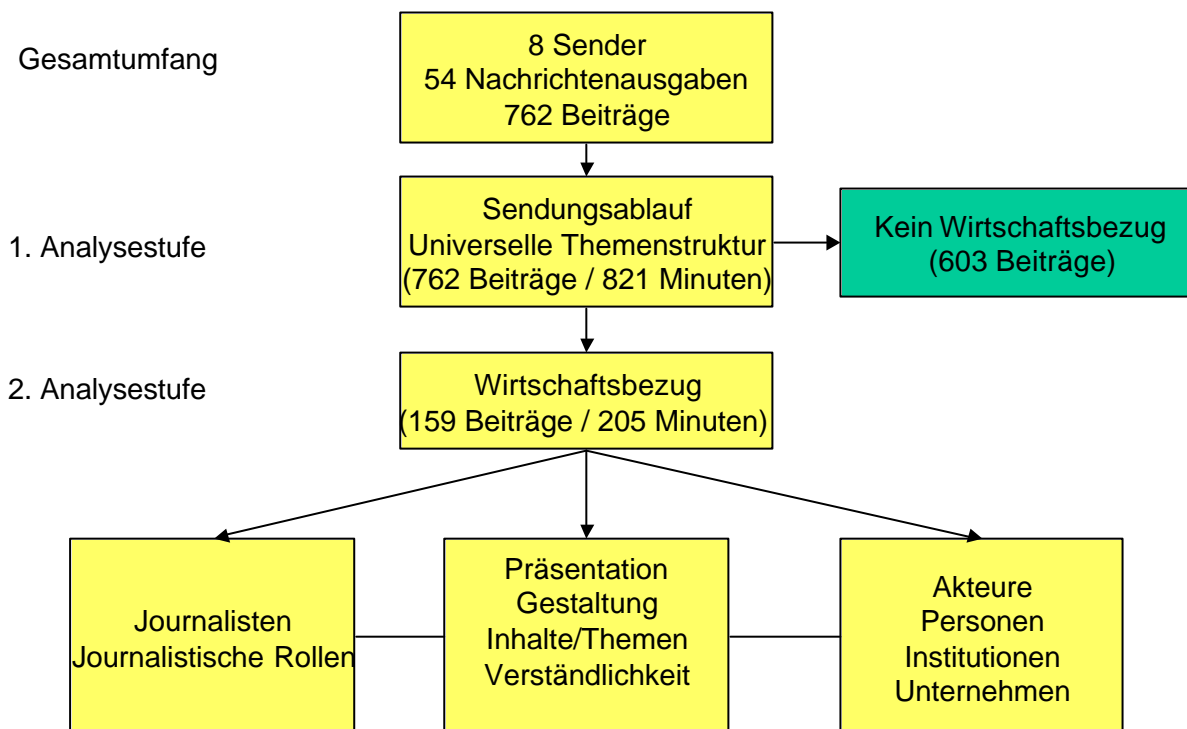
Übersicht 1 Basiswerte

	Anzahl / Häufigkeit	Minuten
Untersuchungstage	7	
Sender	8	
Sendungen	54	
Beiträge gesamt	762	821
Beiträge mit Wirtschaftsbezug	160	201
Akteure mit Wirtschaftsbezug	452	
Journalisten mit Wirtschaftsbezug	152	
Themenitems mit Wirtschaftsbezug	495	

Die methodische Anlage und praktische Durchführung der Studie ist in folgendem Analysedesign schematisch dargestellt. Es zeigt den Untersuchungsablauf in seinen wichtigsten Teilbereichen und Merkmalen (Abb. 1).

Abbildung 1 Analysedesign

Untersuchungsgegenstand: Hauptnachrichten öffentl.-rechtl. und priv. Vollprogramme
 Untersuchungszeitraum: 11. Woche 10. – 16. März 2003



Auf der 1. Analysestufe werden die Nachrichtensendungen in Einzelbeiträge zerlegt. Die Abgrenzung erfolgt dabei thematisch und formal, d.h. wenn Thema und Darbietungsform wechseln, beginnt in der Sendung ein neuer Beitrag. Die Analyse auf Beitragsebene führt zu 762 Nachrichtenbeiträgen mit einer Gesamtsendedauer von 821 Minuten. Für diese Beiträge wird eine universelle Themenstruktur ermittelt. Ferner wird festgestellt, welche Beiträge einen expliziten Wirtschaftsbezug aufweisen. Diese Unterscheidung führt zu 159 Beiträgen als Basis für die 2. Analysestufe, die den Hauptteil der Untersuchung ausmacht.

Auf der 2. Analysestufe werden alle Beiträge mit Wirtschaftsbezug (159 Beiträge, 205 Minuten) einer detaillierten Codierung im Hinblick auf Inhalte, Präsentation und Gestaltung sowie Verständlichkeit unterzogen. Ebenso werden Journalisten und nichtjournalistische Akteure mit ihren Merkmalen erfasst. Für jeden Akteurauftritt wird festgestellt, welche Präsentationsart, Rolle, institutionelle Zugehörigkeit, politische Parteizugehörigkeit und Nationalität zutrifft. Sämtliche Untersuchungsmerkmale sind untereinander sowie zwischen den Analyseebenen verknüpfbar.

Die Daten der Analyse liegen als Access-Datenbank vor. Sie sind in SPSS aufbereitet und ausgewertet worden. Der vorliegende Bericht beschränkt sich in dieser Version auf eine Auswahl der Ergebnisse.

3 Ereignishintergrund und Themenlage

Bei einem Vergleich der Nachrichtenangebote auf der Basis nur einer Untersuchungswoche ist es unabdingbar, vorab ein Bild vom Ereignishintergrund zu zeichnen. Je kleiner der Untersuchungszeitraum ist, desto stärker können sich außergewöhnliche Ereignisse auf die Nachrichtenberichterstattung auswirken und zu Verzerrungen der Themenstruktur führen. Exemplarisch für solche Verzerrungseffekte wäre die Nachrichtenlage in der anschließenden Woche gewesen, in der der Irak-Krieg begann und die meisten anderen Themen an Relevanz übertraf und daher aus den Sendungen verdrängt hat.

Für die Nachrichtenanalyse der Wirtschaftsberichterstattung ist es von Interesse, unabhängig von den Fernsehnachrichten eine möglichst umfassende Übersicht über das faktische Geschehen im Handlungsbereich Wirtschaft zu gewinnen. Daraus lässt sich in etwa abschätzen, was in der Berichterstattung der Fernsehnachrichten erscheinen könnte. Zwar ist eine direkte Kontrolle aller wirtschaftlich relevanten Ereignisse in der Realität so nicht möglich, es bietet sich aber an, den Ereignishintergrund indirekt anhand der Berichterstattung verschiedener Presseorgane näher zu beschreiben.

Für diesen Zweck wurden vier Tageszeitungen (Welt, FAZ, SZ, Kölner Stadt-Anzeiger) daraufhin gesichtet, welche Ereignisse und Themen auf ihrer Titelseite bzw. im Politik- und Wirtschaftsteil erschienen. Berücksichtigt man nur die größeren Artikel und verwendet die Headlines als Beleg, wurde die Untersuchungswoche am stärksten von folgenden Ereignissen und Themen geprägt (siehe hierzu die Pressedokumentation im Anhang):

- Irak-Krise,
- Reformpaket der Bundesregierung,
- Fahrgastrückgang bei der Bahn,
- Ladenschlussgesetz,
- KirchMedia-Verkauf,
- Billig-Flüge
- Billigkredite für Bauherren
- EU-Bankenaufsicht,
- Computermesse CeBit,
- Telekom- Verluste,
- Öl-Förderquoten,
- Beamtenbesoldung,
- Kündigungsschutz,
- Internet-Konkurrenz für Apotheker,
- Gemeindefinanzreform,
- Internationale Handwerksmesse,
- Regierungserklärung

Die meisten dieser Themen verteilen sich auf mehrere Tage. Denn insbesondere die ereignisbezogene Thematisierung erstreckt sich über verschiedene Phasen: 1. die Vorphase, 2. die Ereignisphase und 3. die Nachphase. Charakteristische Beispiele hierfür liefern in der Woche die CeBit, die Regierungserklärung zum Reformpaket mit Bundestagsdebatte und die Kontroverse um das Ladenschlussgesetz. Dazu kommt die Irak-Krise mit ansteigender Eskalation und möglichen Auswirkungen auf die internationalen Wirtschaftsbeziehungen.

Diese Themen veranschaulichen die Schwerpunktorientierung der seriösen Presse und vermitteln ein Bild von der dominanten Nachrichtenlage in der Untersuchungswoche. Ohne damit quantitativ auf einen intermediären Vergleich abzustellen, ergibt sich hier eine inhaltliche Ausgangsbasis für die Fragestellungen im Hinblick auf den Umgang der Fernsehsender mit den Wirtschaftsthemen der Woche.

4 Untersuchungsergebnisse

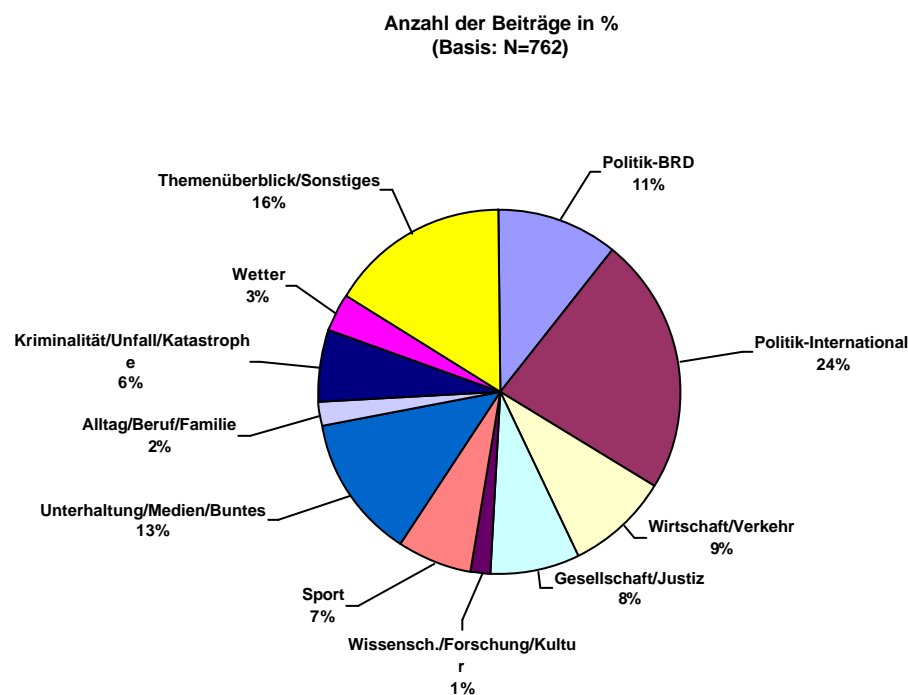
Die Darstellung der Untersuchungsergebnisse konzentriert sich auf fünf Aspekte: 1. die universelle Themenstruktur der Nachrichtensendungen insgesamt, 2. Umfang, Darbietung und Gestaltung der spezifischen Wirtschaftsberichterstattung, 3. Themen und Inhalte dieser Wirtschaftsberichterstattung in mehrstufiger Ausdifferenzierung, 4. Akteure in der Wirtschaftsberichterstattung und 5. Verständlichkeit der Wirtschaftsbeiträge. Unberücksichtigt bleiben gesonderte Ausführungen zu den Untersuchungspunkten Journalisten und Geografie. Systematische Angaben hierzu sind in den Materialdokumentationen enthalten. Im Bericht werden Abbildungen und Tabellen in Auswahl verwendet.

4.1 Nachrichtenumfang und Gesamtthemenstruktur

Das Gesamtangebot der Nachrichtensendungen umfasst 762 thematisch und formal abgegrenzte Beiträge mit einer Gesamtsendedauer von 821 Minuten. Danach haben die Nachrichtenbeiträge im Durchschnitt eine Dauer von 1,1 Minuten.

Ermittelt man anhand von 11 Themenkategorien (1. Politik-BRD, 2. Politik international, 3. Wirtschaft/Verkehr, 4. Gesellschaft/Justiz, 5. Wissenschaft/Forschung/Kultur, 6. Sport, 7. Unterhaltung/Medien/Buntes, 8. Alltag/Beruf/Familie, 9. Kriminalität/Unfall/Katastrophe, 10. Wetter und 11. Themenüberblick/Sonstiges) die universelle Themenstruktur aller Nachrichtenbeiträge, ergibt sich auf der Basis der Beitragsanzahl für die Untersuchungswoche folgendes Bild (Abb. 2):

Abbildung 2 Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen aller Sender



Die meisten Nachrichtenbeiträge entfallen auf internationale Politik, gefolgt von Füllern (Themenüberblick/Sonstiges), Unterhaltung/Medien/Buntes und BRD-Politik, jedoch ist die Differenz gegenüber den anderen Themenkategorien eher moderat. Diese relativ indifferente Gesamtstruktur kommt dadurch zustande, dass sich die charakteristischen Unterschiede zwischen den Sendern wechselseitig aufheben.

Erst wenn man die Nachrichtenbeiträge nach Sendern differenziert, zeigt sich, wie unterschiedlich die Themenauswahl und Themengewichtung der einzelnen Sender in der Untersuchungswoche war (Tab. 3).

Tabelle 3 Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen (Beiträge)

Anzahl der Beiträge

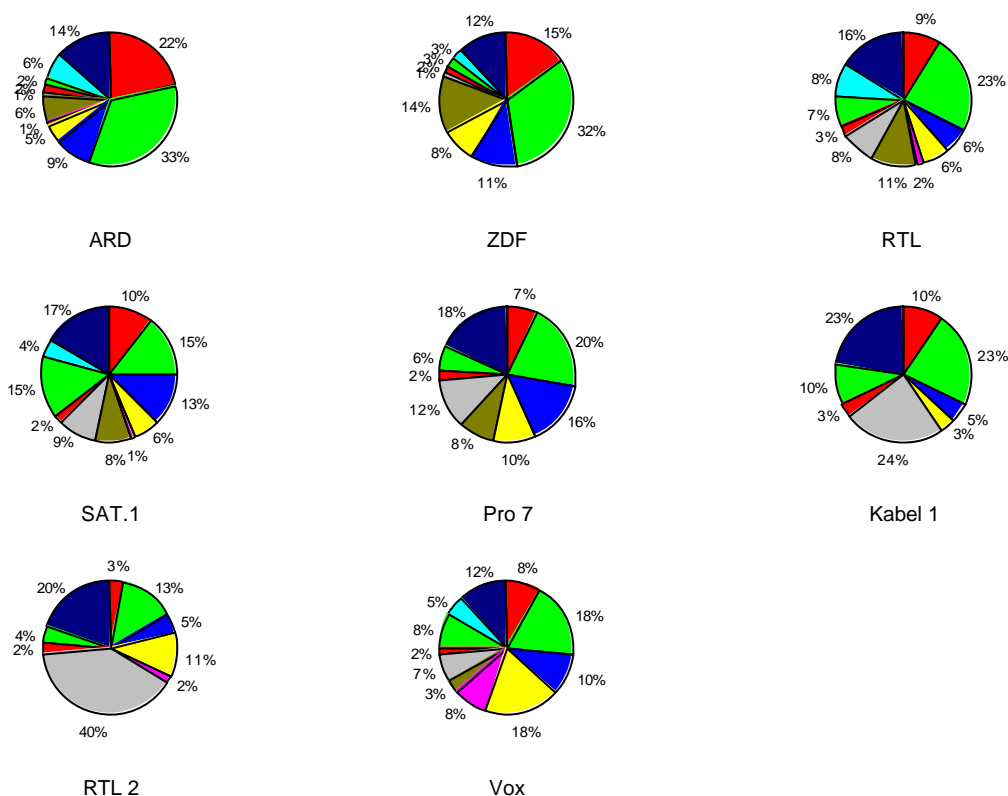
Themenkategorie	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben	Kabel 1	RTL 2	Vox	Gesamt
Politik-BRD	24	18	10	10	6	6	4	5	83
Politik-International	37	38	26	14	17	14	16	11	173
Wirtschaft/Verkehr	10	13	7	12	13	3	6	6	70
Gesellschaft/Justiz	5	10	7	6	8	2	13	11	62
Wissenschaft/Forschung/Kultur	1	-	2	1	-	-	2	5	11
Sport	7	16	12	8	7	-	-	2	52
Unterhaltung/Medien/Buntes	1	1	9	9	10	15	48	4	97
Alltag/Beruf/Familie	2	2	3	2	2	2	3	1	17
Kriminalität/Unfall/Katastrophe	2	3	8	14	5	6	5	5	48
Wetter	7	3	9	4	-	-	-	3	26
Themenüberblick/Sonstiges	15	14	18	16	15	14	24	7	123
Gesamt	111	118	111	96	83	62	121	60	762

Beiträge in %

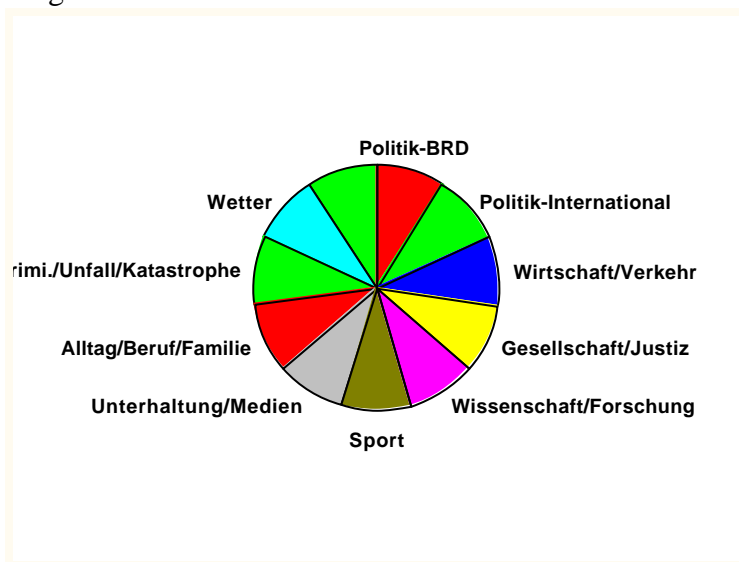
Themenkategorie	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben	Kabel 1	RTL 2	Vox	Gesamt
Politik-BRD	22	15	9	10	7	10	3	8	11
Politik-International	33	32	23	15	20	23	13	18	23
Wirtschaft/Verkehr	9	11	6	13	16	5	5	10	9
Gesellschaft/Justiz	5	8	6	6	10	3	11	18	8
Wissenschaft/Forschung/Kultur	1	-	2	1	-	-	2	8	1
Sport	6	14	11	8	8	-	-	3	7
Unterhaltung/Medien/Buntes	1	1	8	9	12	24	40	7	13
Alltag/Beruf/Familie	2	2	3	2	2	3	2	2	2
Kriminalität/Unfall/Katastrophe	2	3	7	15	6	10	4	8	6
Wetter	6	3	8	4	-	-	-	5	3
Themenüberblick/Sonstiges	14	12	16	17	18	23	20	12	16
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Abbildung 3 Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen einzelner Sender

Themenstruktur nach Sender (Beiträge)
n=762



Legende zu Abbildung 3



In Abbildung 3 werden die Anteile der Themen auf Basis der Beitragsanzahl erkennbar. Ohne alle Kategorien im einzelnen zu erwähnen, zeigt sich hier besonders deutlich die starke Gewichtung von nationaler und internationaler Politik bei ARD und ZDF auf der einen Seite und von Unterhaltung/Medien bei Kabel 1 und vor allem RTL 2 auf der anderen Seite.

Vergleicht man die Themenstruktur auf der Basis der Sendedauer, ändern sich zwar die Gewichte einzelner Kategorien, es ändern sich jedoch nicht die wesentlichen Profilunterschiede der Sender (Tab. 4).

Wie sich schon aus der Gesamtthemenstruktur aller Sender entnehmen lässt, verringert sich vor allem der Anteil für Sonstiges (Themenüberblick, Füller etc.), also kurzer Teile der Sendungen, während die längeren Beiträge stärker an Gewicht gewinnen (Abb. 4).

Abbildung 4 Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen aller Sender

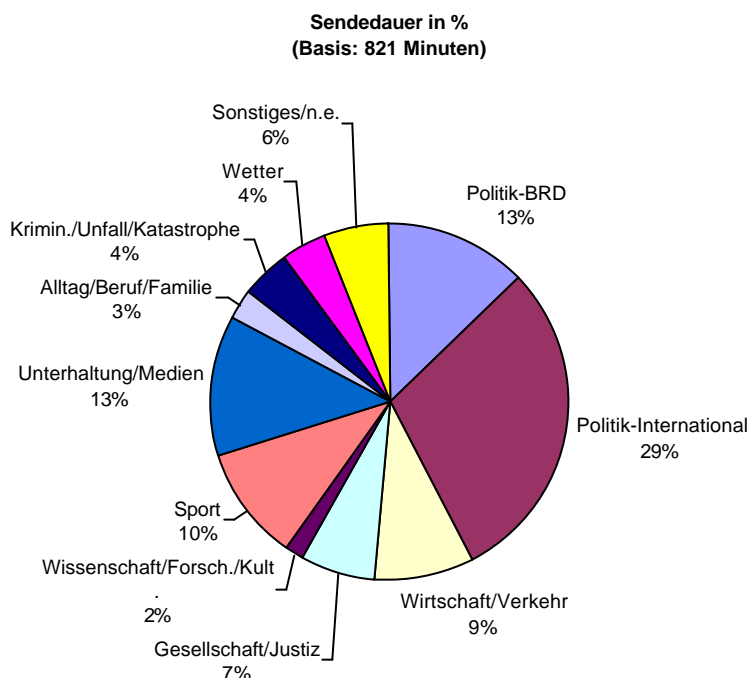


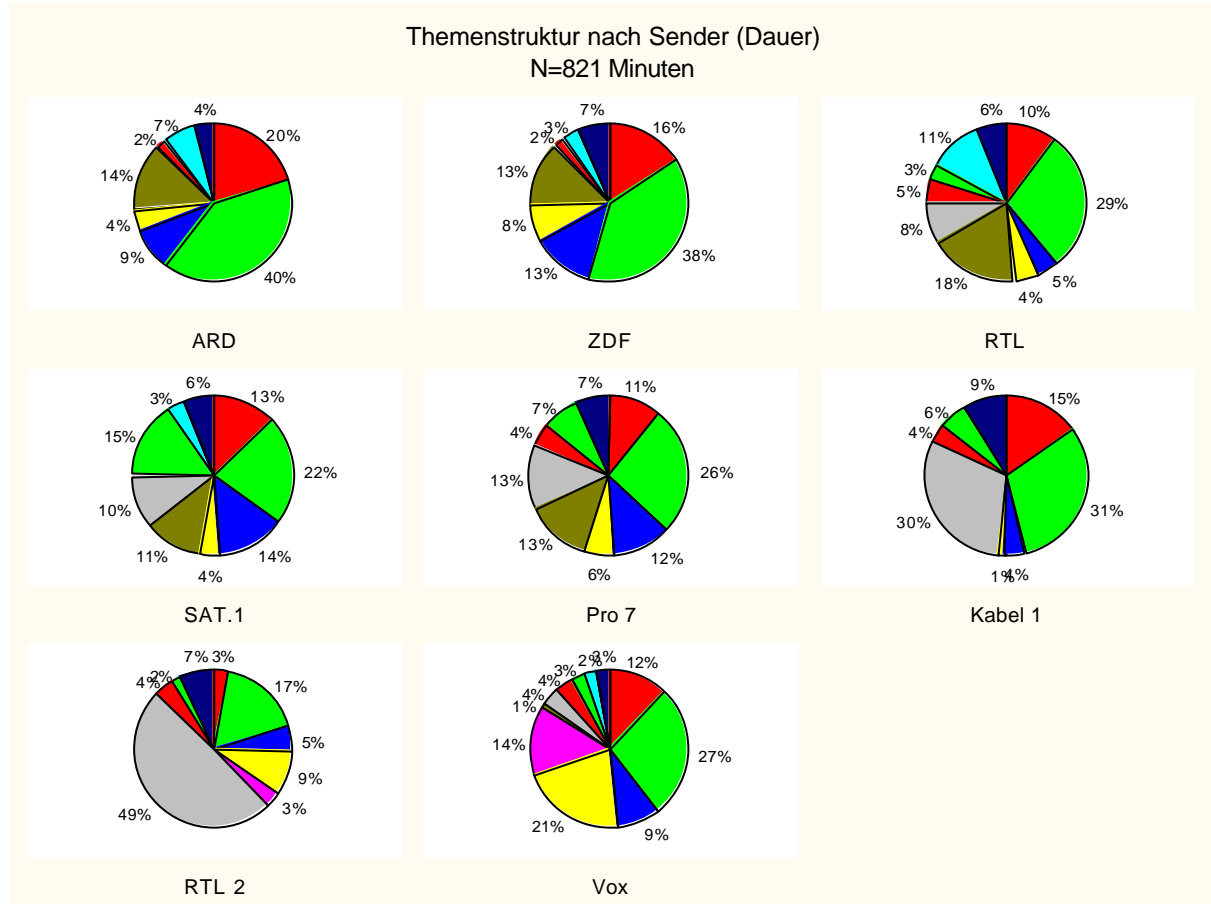
Tabelle 4 Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen (Sendedauer)

Sendedauer in Minuten	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox	Gesamt
Politik-BRD	24	22	15	14	9	10	3	9	106
Politik-International	48	52	42	23	23	20	16	19	242
Wirtschaft/Verkehr	11	18	7	15	10	3	5	6	74
Gesellschaft/Justiz	5	10	6	4	5	1	8	15	55
Wissenschaft/Forsch./Kult.	1	-	1	0	-	-	3	10	15
Sport	16	18	26	12	11	-	-	1	84
Unterhaltung/Medien	1	1	12	11	11	20	45	3	104
Alltag/Beruf/Familie	2	2	7	1	4	2	4	3	25
Krimin./Unfall/Katastrophe	1	1	5	16	6	4	2	2	36
Wetter	8	4	16	3	-	-	-	2	33
Sonstiges/n.e.	4	9	9	6	6	6	7	2	49
Gesamt	120	137	147	105	86	66	91	71	823

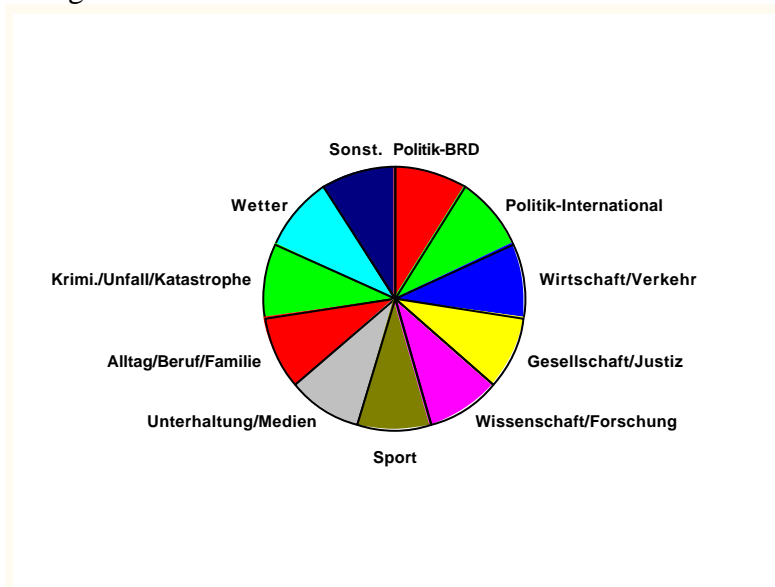
Sendedauer in %	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox	Gesamt
Politik-BRD	20	16	10	13	11	15	3	12	13
Politik-International	40	38	29	22	26	31	17	27	29
Wirtschaft/Verkehr	9	13	5	14	12	4	5	9	9
Gesellschaft/Justiz	4	8	4	4	6	1	9	21	7
Wissenschaft/Forsch./Kult.	0	-	1	0	-	-	3	14	2
Sport	14	13	18	11	13	-	-	1	10
Unterhaltung/Medien	0	0	8	10	13	30	49	4	13
Alltag/Beruf/Familie	2	2	5	1	4	4	4	4	3
Krimin./Unfall/Katastrophe	0	1	3	15	7	6	2	3	4
Wetter	7	3	11	3	-	-	-	2	4
Sonstiges/n.e.	4	7	6	6	7	9	7	3	6
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Für die Gesamtthemenstruktur der einzelnen Sender ergeben sich folgende Profile (Abb. 5):

Abbildung 5 Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen einzelner Sender



Legende zu Abbildung 5



Sowohl auf der Basis der Beitragsanzahl als auch auf der Basis der Sendedauer lassen sich die Sender nach drei Gruppierungen unterscheiden:

- ARD und ZDF haben eine Themenstruktur, in der die drei Kategorien Politik-BRD, Politik international und Wirtschaft/Verkehr das Schergewicht der Hauptnachrichten bilden. Darauf entfallen zusammengenommen 64 bzw. 58 Prozent der Beiträge und 69 bzw. 67 Prozent der Sendedauer.

- RTL, SAT.1, ProSieben, Kabel 1 und Vox haben eine Themenstruktur, in der diese drei politik- und wirtschaftsnahen Themenbereiche weniger Gewicht, dafür andere Themen mehr Gewicht erhalten. Hier variieren die drei Kategorien zusammengenommen im Bereich zwischen 36 und 43 Prozent der Beiträge und 44 bis 50 Prozent der Sendedauer. Im Durchschnitt entspricht dies einem Abstand zu ARD/ZDF von über 20 Prozentpunkten.
- RTL 2 hat eine Themenstruktur, in der diese drei Kategorien zusammen nur 21 Prozent der Beiträge und 25 Prozent der Sendedauer betragen. Der Schwerpunkt der Nachrichten liegt hier auf Themen mit unterhaltenden Elementen.

Diese typischen Unterschiede zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichtenprofilen finden sich auch in anderen Nachrichtenstudien und vergleichenden Programmanalysen zur Politikvermittlung wieder⁸. Die Daten belegen somit einmal mehr, dass die Themenauswahl und Themengewichtung für Nachrichtensendungen nicht nur von der aktuellen Ereignislage, sondern auch von unterschiedlichen publizistischen Grundorientierungen der Sender bestimmt wird. Dabei wirken sich zum einen der öffentlich-rechtliche Funktionsauftrag und zum anderen die Orientierung an bevorzugten Zielgruppen aus.

Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender legen den Schwerpunkt auf Politik und Wirtschaft, die privaten Sender berichten weniger häufig über Politik als die öffentlich-rechtlichen, stattdessen häufiger über andere Themenbereiche. Betrachtet man diese anderen Themenbereiche näher, zeigen sich hier weitere Unterschiede zwischen den privaten Sendern. So betont RTL Sport und Wetter und SAT.1 Kriminalität und Katastrophen stärker als die übrigen Privatsender. ProSieben, Kabel 1 und besonders RTL 2 legen dafür mehr Gewicht auf Themen der Kategorie Unterhaltung/Medien/Buntes. Die beiden kleineren Sender Kabel 1 und RTL 2 füllen zudem ihre Nachrichtensendungen stärker als alle anderen Sender mit Vorschau, Überleitungen und sonstigen Füllern aus. Den größten Unterschied weisen ARD-Tagesschau und RTL 2 News auf. Die Tagesschau hat die meisten Beiträge zu Politik und Wirtschaft (64%) und – übereinstimmend mit dem ZDF - die wenigsten Beiträge mit Unterhaltungsthemen (1%), die Nachrichtensendung von RTL 2 hat umgekehrt den geringsten Anteil an Politik und Wirtschaft (21%), dafür aber den bei weitem höchsten Anteil an Unterhaltung/Medien/Buntes (40%).

4.2 Umfang der Wirtschaftsberichterstattung

Nachrichtenbeiträge, in denen das Thema Wirtschaft im Sinne der Ausgangsdefinition angesprochen wird, werden mit der Kategorie Wirtschaft/Verkehr in der universellen Themenstruktur nur zum Teil abgedeckt. Wirtschaftsberichterstattung trifft vor allem auch für zahlreiche Beiträge der Politikberichterstattung zu. Darüber hinaus findet man wirtschaftliche Aspekte auch in anderen, nichtwirtschaftlichen bzw. nichtpolitischen Themenkategorien vor. Die gesamte Teilmenge der Nachrichtenbeiträge mit Wirtschaftsbezug wird daher unabhängig von der universellen Themenstruktur gesondert bestimmt. Der auf diese Weise ermittelte Umfang der Wirtschaftsberichterstattung führt zu folgendem Befund:

⁸ Siehe Nachrichten in Deutschland. Die besten der Welt. In: TV Hören und Sehen, 19/1998, S. 6-11 (durchgeführt von IFEM im Auftrag der Zeitschrift); Krüger, Udo Michael: Politikvermittlung in den Fernsehnachrichten. In: Media Perspektiven 5/1997, S. 256-268. Ders.: Politikvermittlung im Fernsehen. In: Media Perspektiven 2/2002, S. 77-87. Vgl. hierzu auch die Programmberichte in den ALM-Jahrbüchern.

- Von den insgesamt 762 Beiträgen haben 159 Beiträge (21%) einen Wirtschaftsbezug im Sinne der vorgegebenen Definition.⁹
- Gemessen an der Sendedauer (205 von 821 Minuten) liegt der Nachrichtenanteil mit Wirtschaftsbezug im Senderdurchschnitt bei 25 Prozent. Danach machen die Nachrichtenbeiträge mit Wirtschaftsbezug ein Viertel der Gesamtsendedauer aller Nachrichtensendungen aus.

Die 159 Nachrichtenbeiträge mit Wirtschaftsbezug verteilen sich auf die Sender in folgender Rangordnung (Tab 5, Abb. 6):

Tabelle 5 Anzahl der Beiträge mit Wirtschaftsbezug

Sender	kein Wirtschaftsbezug	Wirtschaftsbezug	Gesamt
ARD/Das Erste	80	31	111
ZDF	89	29	118
RTL	90	21	111
SAT.1	76	20	96
ProSieben	65	18	83
RTL II	105	16	121
Kabel 1	48	14	62
Vox	50	10	60
Gesamtergebnis	603	159	762

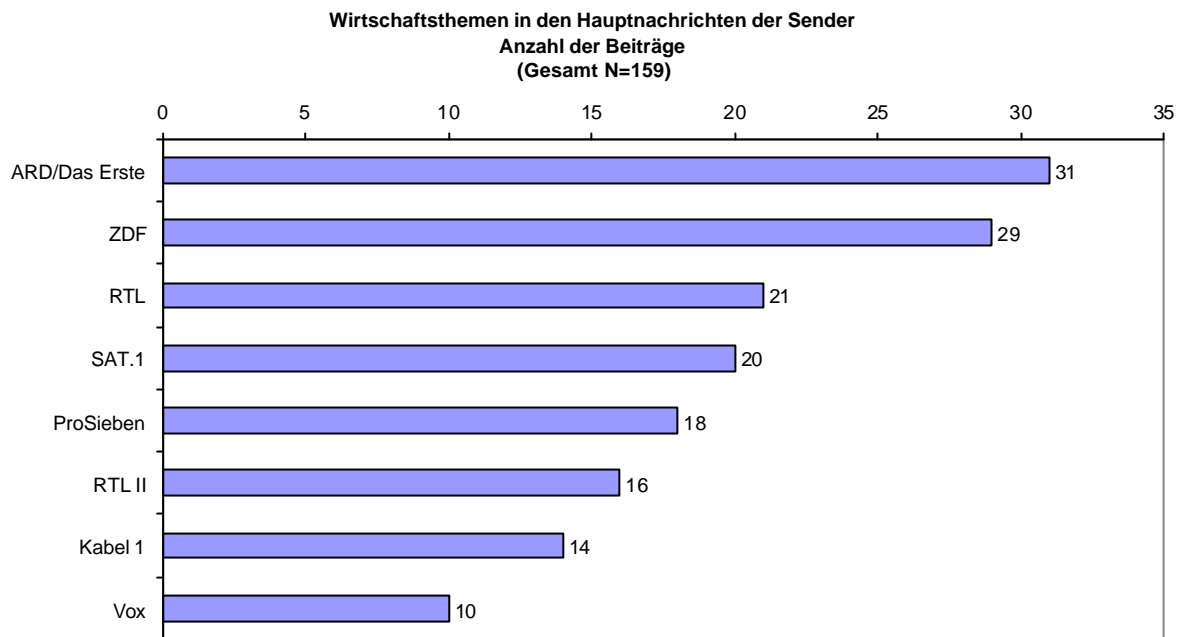
* Im Unterschied zu den übrigen Nachrichtensendern mit 7 Nachrichtenausgaben sind bei Vox nur 5 Ausgaben einbezogen. Am Samstag gibt es keine Hauptnachrichten, am Sonntag wird nachmittags ein Nachrichtenmagazin mit Wochenrückblick ausgestrahlt, das nicht in die Analyse einbezogen worden ist.

Auch im Umfang der Wirtschaftsberichterstattung lassen sich die Sender wieder in drei Gruppierungen unterscheiden (Abb. 6):

- ARD mit 31 und ZDF mit 29 Wirtschaftsbeiträgen bilden die Spitzengruppe.
- RTL mit 21, SAT.1 mit 20 und ProSieben mit 18 Beiträgen liegen im Mittelfeld.
- RTL 2 mit 16, Kabel 1 mit 14 und Vox mit 10 Beiträgen repräsentieren die Gruppierung mit der geringsten Anzahl an Wirtschaftsbeiträgen. Die Position von Vox ist hier zwar nur bedingt vergleichbar, sie dürfte aber auch dann zu keinem Gruppenwechsel führen, wenn der tagesaktuelle Teil der Sonntagsausgabe hinzukäme.

⁹ Die Studie von Gero Kalt ermittelte in 126 Sendungen von ARD und ZDF mit insgesamt 1949 Beiträgen 316 Wirtschaftsbeiträge, das sind 16 Prozent. Kalt, S. 44.

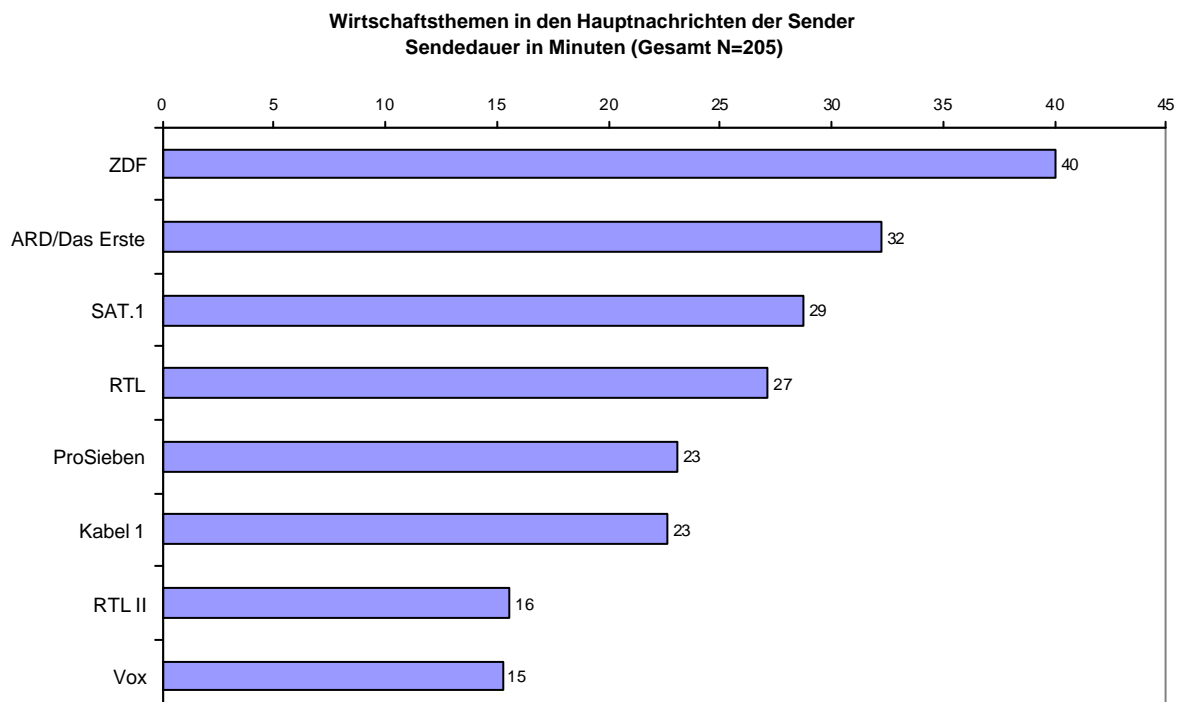
Abbildung 6 Sender nach Anzahl der Beiträge mit Wirtschaftsbezug



In dieser quantitativen Bilanzierung der Wirtschaftsberichterstattung spiegelt sich somit ein ähnliches Profil wider, wie es sich bereits für die universellen Themenprofile der Gesamtnachrichten gezeigt hat.

Mit der Sendedauer gewichtet ergibt sich im Vergleich der Sender folgendes Bild (Abb. 7):

Abbildung 7 Sendedauer der Beiträge mit Wirtschaftsbezug

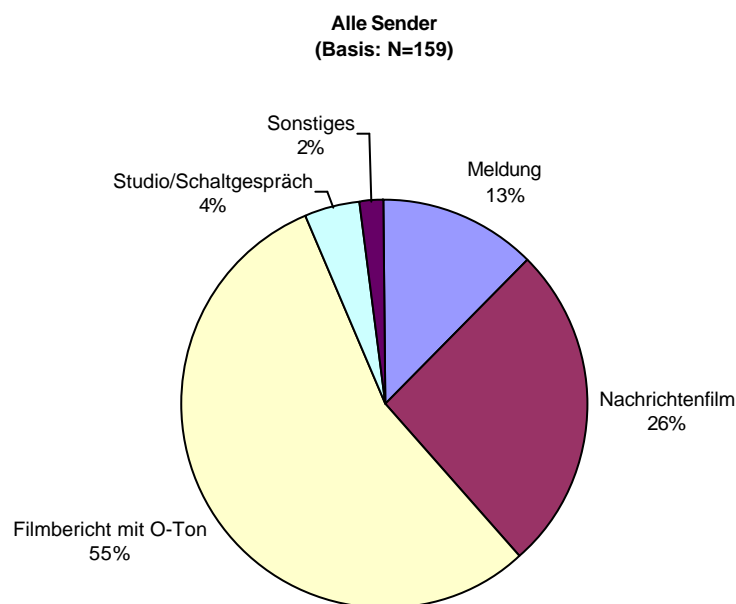


Vergleicht man den Umfang der Wirtschaftsberichterstattung in Minuten, verändert sich hauptsächlich aufgrund der Unterschiede in Länge und Präsentationsstil von „Tagesschau“ und „heute“ die Rangordnung der Sender. Das ZDF kommt auf die höchste Sendedauer und tauscht nun mit der ARD die Plätze. Bei den kleineren Privatsendern fällt RTL II hinter Kabel 1 zurück. Die relativ geringe Schwankungsbreite um die durchschnittliche Beitragslänge und die Feststellung, dass die Sendedauer der Beiträge keine wesentlichen Veränderungen in den Positionen der Sendertypen bewirkt, rechtfertigt es, die weitere Analyse nur mit der Beitragsanzahl als quantitativem Kriterium durchzuführen.

4.3 Darbietungsformen

Wirtschaftsthemen werden überwiegend in der konventionellen Form des Filmberichts mit O-Ton präsentiert. Unterscheidet man zwischen den Darbietungsformen Meldung, Nachrichtenfilm, Filmbericht und Studio-/Schaltgespräch, entfallen auf Filmberichte (54 %) mehr als die Hälfte aller Wirtschaftsbeiträge. An zweiter Stelle rangiert der Nachrichtenfilm als Darbietungsform. Dabei handelt es sich meist um kurze Filmbeiträge, die im Nachrichtenblock moderierter Sendungen eingebettet sind. Meldungen machen nur einen geringen Anteil aus, selten werden Wirtschaftsthemen in eigenständigen Studio-/Schaltgesprächen präsentiert (Abb. 9).

Abbildung 8 Darbietungsformen der Wirtschaftsbeiträge



Bei Differenzierung der Darbietungsformen von Wirtschaftsbeiträgen nach Sendern zeigt sich, dass alle Sender mit Ausnahme der ARD den Filmberichten mit O-Ton den Vorrang einräumen. Von allen Nachrichtensendungen unterscheidet sich die Tagesschau durch einen Nachrichtenstil, der den Meldungen zum Thema Wirtschaft mehr Gewicht gibt als anderen Darbietungsformen (Tab. 6).

Tabelle 6 Darbietungsform der Wirtschaftsbeiträge nach Sender

Anzahl der Beiträge Darbietungsform	ARD/Das Erste	ZDF	RTL	SAT.1	ProSieben	Kabel 1	RTL II	Vox	Gesamt
Meldung	15	3	1	1	-	-	-	-	20
Nachrichtenfilm	2	7	7	6	5	3	8	3	41
Filmbericht mit O-Ton	12	15	12	12	11	11	8	7	88
Studio/Schaltgespräch	2	3	1	1	-	-	-	-	7
Sonstiges	-	1	-	-	2	-	-	-	3
Gesamt	31	29	21	20	18	14	16	10	159
%									
Meldung	48	10	5	5	-	-	-	-	13
Nachrichtenfilm	6	24	33	30	28	21	50	30	26
Filmbericht mit O-Ton	39	52	57	60	61	79	50	70	55
Studio/Schaltgespräch	6	10	5	5	-	-	-	-	4
Sonstiges	-	3	-	-	11	-	-	-	2
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

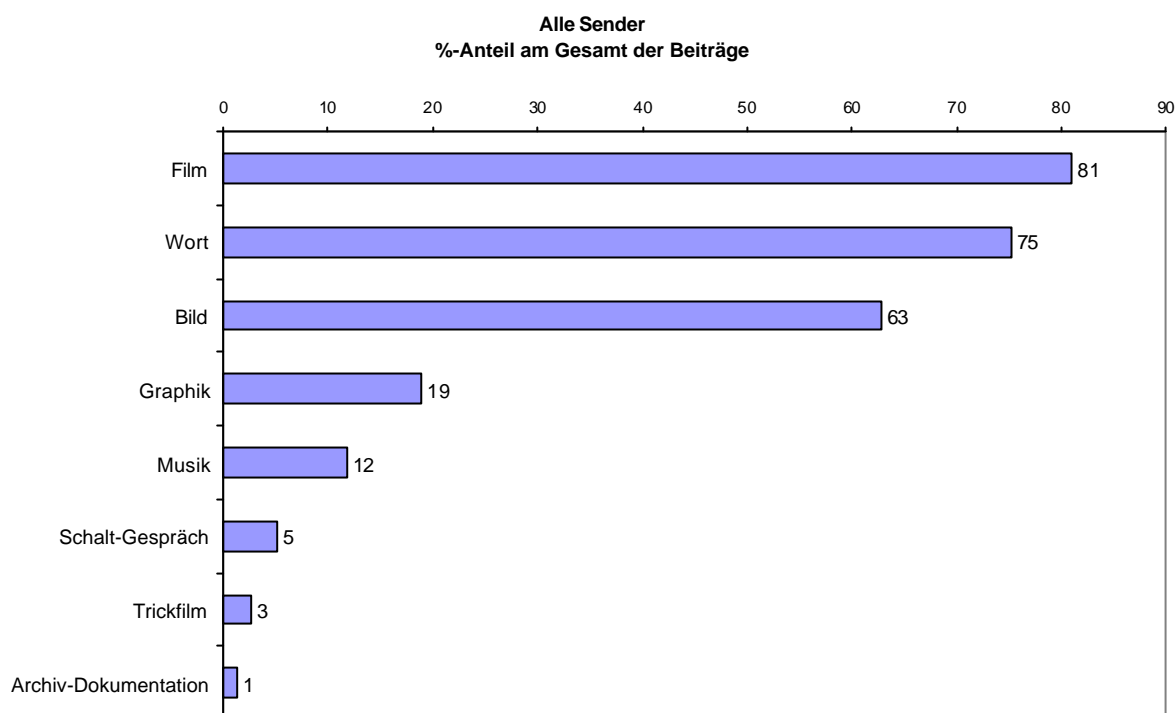
In der Tagesschau erscheint fast die Hälfte aller Wirtschaftsbeiträge als Meldung, während in den übrigen Nachrichtensendungen der Anteil an Meldungen die 10%-Grenze nicht überschreitet. Nach den Meldungen rangieren an zweiter Stelle auch in der Tagesschau Filmberichte mit O-Ton. Insgesamt weisen die vier großen Sender eine größere Vielfalt an Darbietungsformen auf als die kleineren Sender. Die kleineren Privatsender verwenden für ihre Wirtschaftsberichterstattung nur Filmberichte und Nachrichtenfilme. Je größer die Anzahl der Beiträge ausfällt, desto größer erscheint auch die Vielfalt der genutzten Darbietungsformen.

Die Präsentation der Wirtschaftsbeiträge orientiert sich somit weitgehend am dramaturgischen Gesamtkonzept des Nachrichtenaufbaus. Während die Tagesschau Meldungen des Nachrichtensprechers und Filmberichte kombiniert, bevorzugen ZDF, RTL und SAT.1 eine moderierte Präsentation, bei der einerseits anmoderierte längere Beiträge als Filmberichte von namentlich ausgewiesenen Journalisten gesendet und andererseits kurze Filmbeiträge als Nachrichtenblock in den Gesamttafel eingebettet werden.

4.4 Gestaltungselemente

Die Präsentation der Wirtschaftsbeiträge lässt sich noch detaillierter beschreiben, wenn man die Beiträge daraufhin untersucht, welche Gestaltungselemente die Sender verwenden. So kann ein Beitrag beispielsweise das gesamte Spektrum der Gestaltungselemente Wort, Bild, Grafik, Musik, Film, Trick/Animation, Archiv-Dokumentation, Schaltgespräch in beliebiger Kombination enthalten. Die Verwendung solcher Mittel kann dazu beitragen, dem Thema eine eher sachlich informative oder eher unterhaltsame Anmutung zu verleihen.

Auf den Senderdurchschnitt bezogen findet man in Rangordnung nach der Erscheinungshäufigkeit folgende Gestaltungselemente (Abb. 9):

Abbildung 9 Gestaltungselemente in Wirtschaftsbeiträgen

Danach werden bei Wirtschaftsbeiträgen am häufigsten die Gestaltungselemente Film, Wort und Bild/Standfoto verwendet. Diese Kombination entspricht am ehesten den konventionellen Präsentationsformen und ist auch typisch für andere Themenfelder mit ernster und sachlicher Informationsvermittlung in der Nachrichten- und Magazingestaltung. Relativ selten werden hingegen Grafik, Musik, Schaltgespräch, Trick/Animation und Archiv-Dokumentation verwendet.

Auch wenn die Sender im Grundmuster ähnlich erscheinen, zeigen sich bei weiterer Differenzierung einige bemerkenswerte Unterschiede, die bei den seltener verwendeten Gestaltungselementen auffallen (Tab. 7).

Tabelle 7 Gestaltungselemente nach Sendern
(jeweils %-Anteil am Gesamt der Beiträge des Senders)

	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox
Basis	153	30	29	20	20	15	14	16	9
Film	81	47	76	80	90	100	100	100	100
Wort	75	100	76	75	65	67	79	50	67
Bild	63	87	52	55	60	47	79	50	67
Graphik	19	7	31	25	15	13	21	19	22
Musik	12	3	3	5	10	20	14	50	0
Schalt-Gespräch	5	7	10	5	10	0	0	0	0
Trickfilm	3	0	3	0	5	13	0	0	0
Archiv-Dokurr	1	3	3	0	0	0	0	0	0

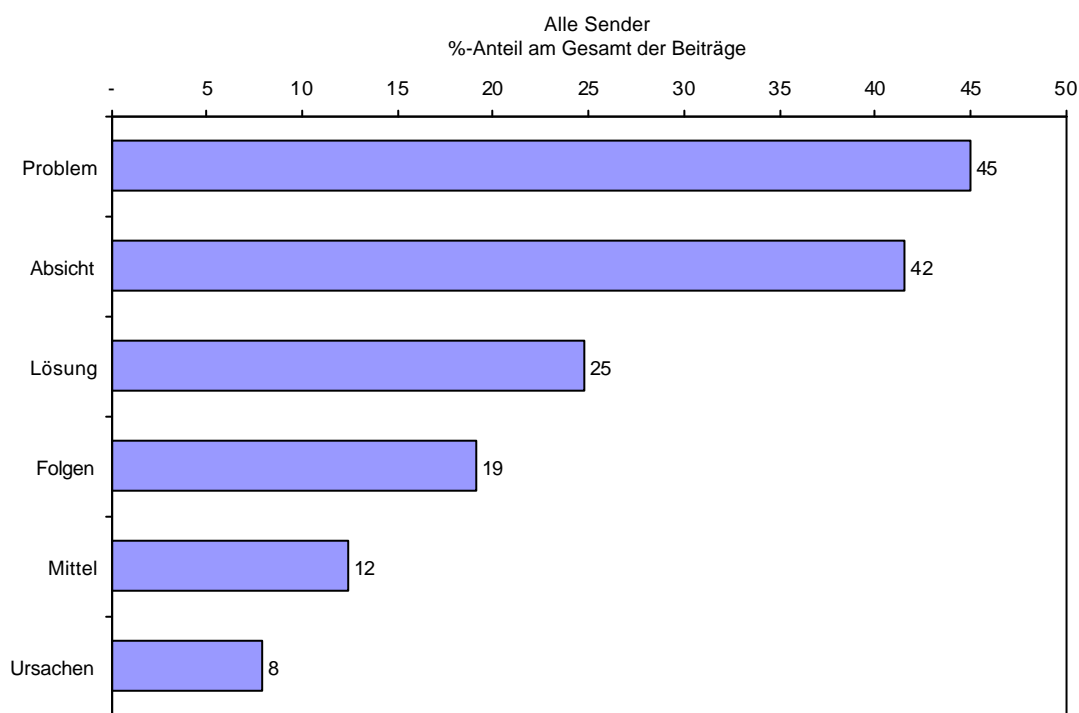
- Beim ZDF und bei RTL werden häufiger als bei den anderen Sendern Grafiken verwendet
- Bei RTL 2 fällt die häufige Verwendung von Musik auf, die es in diesem Maße bei keinem anderen Sender gibt.
- Nur ARD und ZDF setzen Archivmaterial ein.

Insgesamt entspricht dem größeren Thematisierungsumfang der Wirtschaftsberichterstattung bei den großen Sendern, wie schon bei den Darbietungsformen erkennbar, auch bei den Gestaltungselementen eine größere Vielfalt.

4.5 Info-Elemente

Der Informationsgehalt einer Nachricht besteht neben der Vermittlung reiner Fakten mit Neuigkeitswert auch wesentlich darin, Ursachen und Folgen eines Problems sowie Lösungen und Mittel zu nennen, aus denen sich Zusammenhänge und Entscheidungen erst verstehen und nachvollziehen lassen. Ermittelt man, in welchem Grade solche Info-Elemente bei den Wirtschaftsbeiträgen anzutreffen sind, ergibt sich folgendes Bild (Abb. 10):

Abbildung 10 Info-Elemente



Am häufigsten werden in den Beiträgen Probleme und Absichten genannt, Lösungen und Folgen kommen in geringerer Häufigkeit vor. Relativ selten werden Ursachen der Probleme und konkrete Mittel zur Lösung thematisiert.

Tabelle 8 Info-Elemente nach Sendern
(jeweils %-Anteil am Gesamt der Beiträge des Senders)

	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox*
Gesamt	89	21	27	8	17	6	9	1	
Problem	45	29	44	50	47	67	67	-	
Absicht	42	43	48	38	41	50	11	100	
Lösung	25	19	11	25	24	50	56	100	
Folgen	19	5	19	63	12	17	33	-	
Mittel	12	5	4	38	12	67	-	-	
Ursachen	8	-	4	38	12	-	11	-	

* Vox hierfür nicht codiert

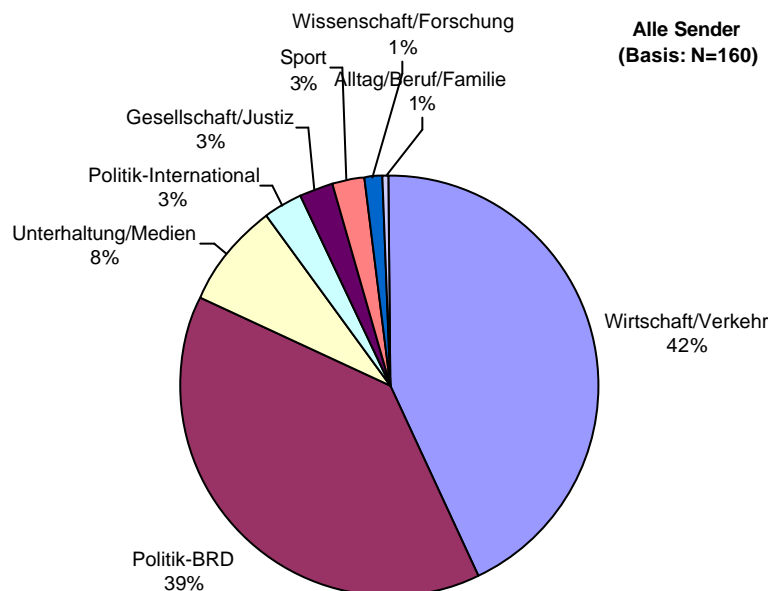
Diese Differenzierung nach Sendern kann nur zu illustrativen Zwecken angeführt werden, denn die geringen Fallzahlen lassen keine sinnvollen Vergleiche zu. Für Vox sind die Merkmale nicht codiert worden.

4.6 Themenstruktur der Wirtschaftsbeiträge

4.6.1 Universelle Themenkategorien der Wirtschaftsberichterstattung

Die inhaltliche Vielfalt der Wirtschaftsbeiträge lässt sich aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten. Bei Anwendung der universellen Themenkategorien auf die Teilmenge der Wirtschaftsberichterstattung ergibt sich folgendes Bild (Abb. 11):

Abbildung 11 **Universelle Themenkategorien der Wirtschaftsbeiträge**



- Wirtschaftsberichterstattung ist auf der universellen Themenebene im Wesentlichen als Wirtschaft/Verkehr (42 %) oder BRD-Politik (39 %) zu klassifizieren.
- Wirtschaftsberichterstattung außerhalb dieser beiden Themenbereiche macht nur knapp ein Fünftel aller Beiträge mit Wirtschaftsbezug aus, diese verteilen sich fast zur Hälfte auf den Sektor Unterhaltung/Medien/Buntes und annähernd gleichförmig auf diverse andere Kategorien.

Wieder nach Sendern differenziert zeigt sich weiter (Tab. 9):

Tabelle 9 Universelle Themenstruktur der Wirtschaftsbeiträge nach Sendern

Anzahl der Beiträge	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox	Gesamt
Politik-BRD	19	13	9	7	5	6	4	4	67
Politik-International	-	2	1	-	-	-	-	-	3
Wirtschaft/Verkehr	10	13	7	12	10	3	6	5	66
Gesellschaft/Justiz	1	-	-	-	1	-	-	1	3
Wissenschaft/Forschung	-	-	-	-	-	-	2	-	2
Sport	1	1	1	1	1	-	-	-	5
Unterhaltung/Medien	-	-	3	-	-	5	4	-	12
Alltag/Beruf/Familie	-	-	-	-	1	-	-	-	1
Gesamt	31	29	21	20	18	14	16	10	159
%	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox	Gesamt
Politik-BRD	61	45	43	35	28	43	25	40	42
Politik-International	-	7	5	-	-	-	-	-	2
Wirtschaft/Verkehr	32	45	33	60	56	21	38	50	42
Gesellschaft/Justiz	3	-	-	-	6	-	-	10	2
Wissenschaft/Forschung	-	-	-	-	-	-	13	-	1
Sport	3	3	5	5	6	-	-	-	3
Unterhaltung/Medien	-	-	14	-	-	36	25	-	8
Alltag/Beruf/Familie	-	-	-	-	6	-	-	-	1
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

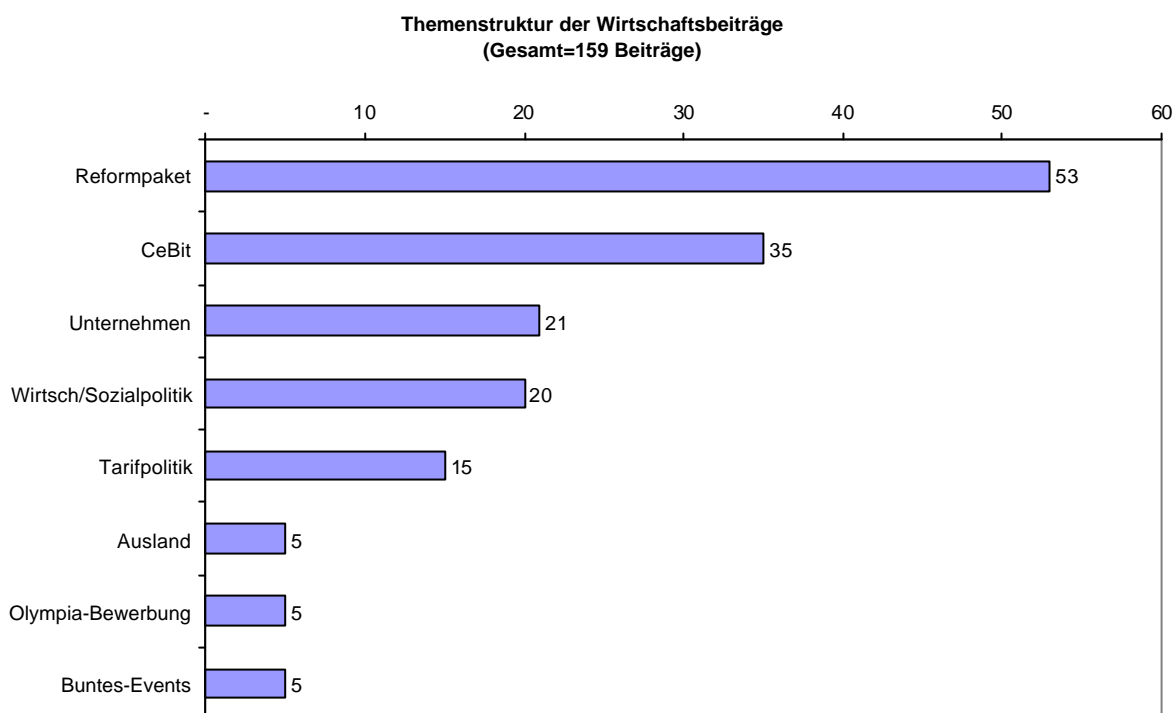
Wenn die Sender über Wirtschaftsthemen berichten, unterscheiden sie sich wie folgt:

- ARD und ZDF stellen im Kontext der Wirtschaftsthemen den Politikbezug und den reinen Wirtschaftsbezug in den Vordergrund und sparen Themenaspekte der Unterhaltung aus.
- RTL, Kabel 1 und RTL 2 geben auch den Unterhaltungsthemen neben den Themen der Politik und der Wirtschaft im engeren Sinne ein erwähnenswertes Gewicht.

Insgesamt vermitteln die öffentlich-rechtlichen Sender eine Wirtschaftsberichterstattung, die man als sachlich-instrumentell charakterisieren kann, während die Privatsender mehr dazu neigen, auch unterhaltende Elemente in die Wirtschaftsthematisierung einzubeziehen.

4.6.2 Spezifische Themen der Wirtschaftsberichterstattung

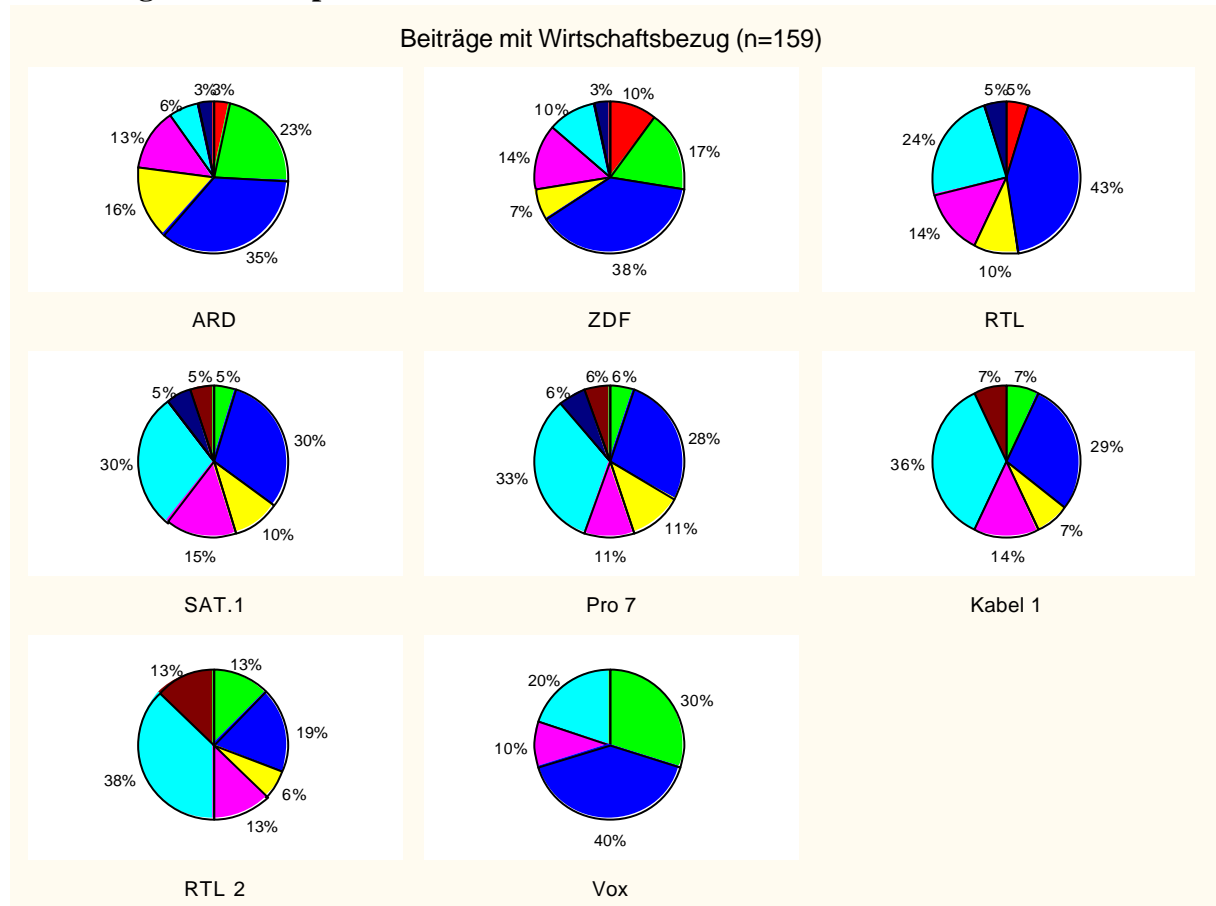
Durch eine weitere Stufe der Differenzierung erhält man ein genaueres Bild von der inhaltlichen Struktur der Wirtschaftsberichterstattung. Dazu werden die Wirtschaftsbeiträge statt nach abstrakten Kategorien nun nach themenspezifischen bzw. ereignisabhängigen Kategorien getrennt. So wird deutlich, welche Themen und Ereignisse die Schwerpunkte der Wirtschaftsberichterstattung bilden, und welche Präferenzen die Sender bei der Auswahl geleitet haben (Abb. 12).

Abbildung 12 **Ereignisse und Themen**

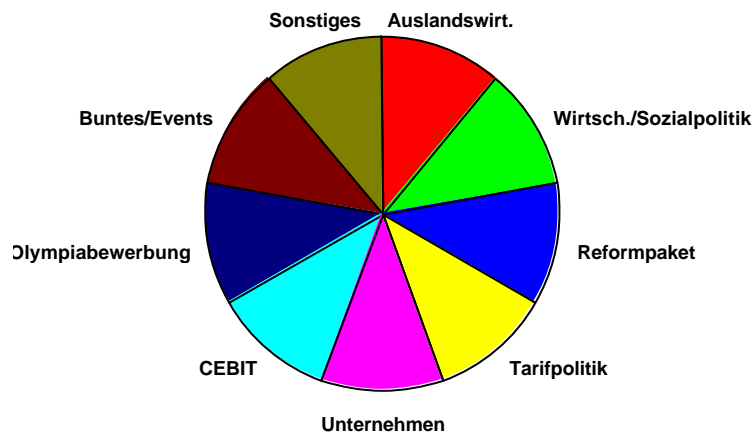
Die beherrschenden Ereignisse der Wirtschaftsberichterstattung in der Untersuchungswoche waren danach das Reformpaket der Bundesregierung und die CeBit in Hannover. Andere Themen mit Bezug zu Steuern, Wirtschafts- und Sozialpolitik, die weniger prägnantem Ereignischarakter haben, werden hier als divers zusammengefasst.

Schlüsselt man diese spezifischen Wirtschaftsthemen weiter nach Sendern auf, zeigt sich deutlich, dass zwar alle Sender über das Reformpaket der Bundesregierung und über die CeBit berichtet haben. Sie unterscheiden sich aber gerade in diesen beiden Themen besonders anschaulich in der quantitativen Gewichtung, was die Häufigkeit der Thematisierung anbelangt. ARD und ZDF geben dem Reformpaket mehr Gewicht als der CeBit, die Privatsender außer RTL und Vox geben der CeBit mehr Gewicht als dem Reformpaket. RTL nimmt hierin eine Mittelposition ein.

Abbildung 13 Spezifische Wirtschaftsthemen nach Sendern



Legende zu Abbildung 13



Für die Wirtschaftsberichterstattung von ARD und ZDF ist darüber hinaus kennzeichnend, dass sie auch den diversen wirtschafts- und steuerpolitischen sowie sozialpolitischen Themen mehr Gewicht einräumt als alle Privatsender.

Tabelle 10 Spezifische Wirtschaftsthemen nach Sendern

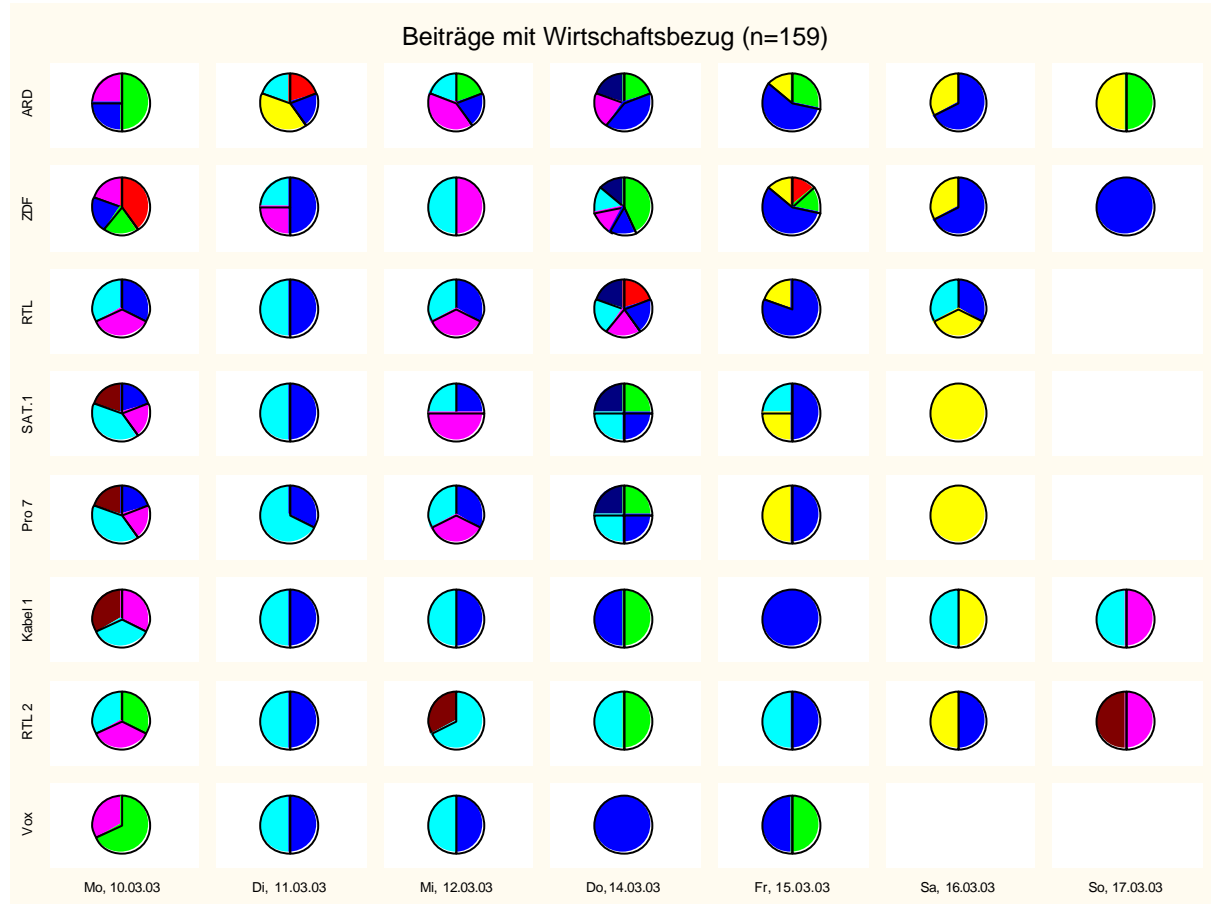
Anzahl der Beiträge

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox	Gesamt
1 Ausland	1	3	1	-	-	-	-	-	5
2 Wirtsch/Sozialpolitik	7	5	-	1	1	1	2	3	20
3 Reformpaket	11	11	9	6	5	4	3	4	53
4 Tarifpolitik	5	2	2	2	2	1	1	-	15
5 Unternehmen	4	4	3	3	2	2	2	1	21
6 CEBIT	2	3	5	6	6	5	6	2	35
7 Olympia Bewerbung	1	1	1	1	1	-	-	-	5
8 Bunt.es-Events	-	-	-	1	1	1	2	-	5
Gesamt	31	29	21	20	18	14	16	10	159

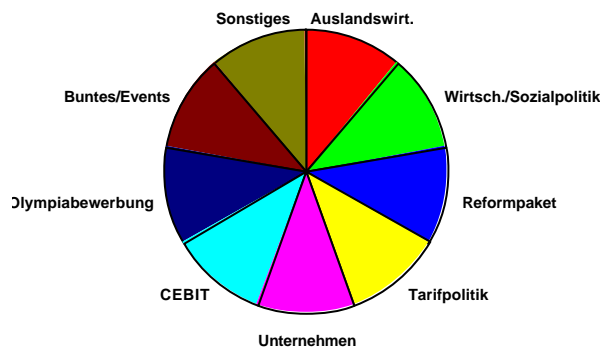
Näheren Aufschluss über den zeitlichen Verlauf der Wirtschaftsthematisierung innerhalb der Untersuchungswoche erhält man, wenn man die Berichterstattung der einzelnen Sender nach Tagen differenziert (Abb. 14).

Die hierzu verwendete Darstellung in Form einer seriellen Grafik ist wie eine Tabelle lesbar. In den Zeilen sind die Sender, in den Spalten die Wochentage angeordnet. Dabei kommt es weniger auf die genauen numerischen Werte, sondern mehr auf den anschaulichen Gesamtüberblick an. Deutlich wird hier, bei welchem Sender an welchen Tagen welches Ereignis bzw. Thema dominierte.

Abbildung 14 Spezifische Wirtschaftsthemen im Wochenverlauf nach Tagen



Legende zu Abbildung 14



Bei gleichem Zugang zu den Nachrichtenquellen und Ereignissen zeigt sich im Vergleich der Tage, worauf die Sender besondere Aufmerksamkeit legten und worauf nicht, und wann sie sich einem Ereignis bzw. Thema zuwandten. Bei ARD und ZDF wirkt sich der größere Umfang der Wirtschaftsberichterstattung in größerer Themenvielfalt aus als bei den meisten Privatsendern. Bei den Privatsendern findet man die größte Übereinstimmung am Dienstag, den 11. März, mit Beiträgen zum Reformpaket und zur CeBit. Zum Wochenende hin sinkt die Anzahl der Themen tendenziell bei allen Sendern. Manche Sender beschränken sich auf nur ein Thema, so Vox am Donnerstag, Kabel 1 am Freitag und das ZDF am Sonntag auf das Reformpaket, SAT.1 und ProSieben am Samstag auf den Tarifkonflikt sowie ProSieben am Sonntag auf die CeBit, während bei RTL und SAT.1 in den Nachrichten am Sonntag gar kein Wirtschaftsthema erscheint.

Diese Betrachtung unterschiedlicher Präferenzen bei der Thematisierung lässt sich weiter konkretisieren, wenn man die beiden Schwerpunktthemen Reformpaket und CeBit als wichtigste Ereignisse der Woche herausgreift und die Sender daraufhin vergleicht, worüber sie schwerpunktmäßig berichtet haben, bzw. welche Einzelaspekte für sie beachtenswert waren. Anhaltspunkte finden sich hierzu in der Auflistung der Themen (Tab. 11 und 12).

Tabelle 11 Thema Reformpaket

Sender	Datum	Sendezeit	Thema	
ARD	10.03.03	20:09:27	Reformpaket Schröders soll Bauwirtschaft mit zinsverbilligten Krediten ankurbeln	
	11.03.03	20:00:11	Schröder plant umfangreiches Investitionsprogramm und Einschnitte bei Sozialsystemen	
	12.03.03	20:08:57	Auch innerparteilicher Widerstand gegen Reformpläne Schröders	
	13.03.03	20:06:40	Berlin: Beratungen über Reformpläne	
	13.03.03	20:08:20	Schaltgespräch: Thomas Roth live aus Berlin zur bevorstehenden Regierungserklärung	
	14.03.03	20:00:09	Regierungserklärung des Bundeskanzlers	
	14.03.03	20:02:30	Debatte über Regierungserklärung	
	14.03.03	20:04:41	Reaktionen auf Regierungserklärung	
	14.03.03	20:06:44	Schaltgespräch zu Thomas Roth	
	15.03.03	20:01:49	Lob für Schröder, Kritik an Stoiber	
	15.03.03	20:02:16	Klagedrohungen gegen Reformpläne	
	ZDF	10.03.03	19:11:51	Erste Einzelheiten über Schröders Reformpaket
		11.03.03	19:00:39	Schröder stellt erste Inhalte seiner Regierungserklärung vor
		11.03.03	19:03:11	Schaltgespräch mit Peter Frey zum Schröder-Reformprogramm
13.03.03		19:13:13	Schaltgespräch mit Peter Frey zur bevorstehenden Regierungserklärung	
14.03.03		19:00:41	Schröder stellt Reformpläne in Regierungserklärung vor	
14.03.03		19:04:09	Schaltgespräch mit Peter Frey zur Regierungserklärung	
14.03.03		19:05:31	Reaktionen auf Reformpläne Schröders: Kritik von Arbeitgebern und ver.di	
14.03.03		19:08:29	Polit-Barometer nach Schröders Regierungserklärung	
15.03.03		19:09:23	Seehofer lobt Schröders Vorschläge zur Sozialpolitik	
15.03.03		19:09:45	Kritik von Gewerkschaften und SPD-Linker an Schröders Reformplänen	
16.03.03	19:04:13	Reformpläne		
RTL	10.03.03	18:49:34	Schröder vor der Regierungserklärung	
	11.03.03	18:49:56	Schröder vor der Regierungserklärung	
	12.03.03	18:52:59	Spannung vor Regierungserklärung	
	13.03.03	18:50:49	Schröder vor der Regierungserklärung	
	14.03.03	18:45:52	Regierungserklärung: Schröder stellt Reformpläne vor	
	14.03.03	18:47:55	Reaktionen auf Regierungserklärung Schröders	
	14.03.03	18:49:43	Blitz-Umfrage-Ergebnisse nach Regierungserklärung	
	14.03.03	18:50:21	Schaltgespräch mit Gerhard Hofmann zur Regierungserklärung	
	15.03.03	18:51:45	Reaktionen auf Regierungserklärung	
SAT.1	10.03.03	18:34:52	Regierungserklärung: Wie Schröder die SPD auf Reformkurs bringen will	
	11.03.03	18:30:28	Reformkurs: Die Bezugsdauer auf Arbeitslosengeld soll sinken	
	12.03.03	18:34:26	Reformkurs und die Haltung des Bundeskanzlers werden kritisiert	
	13.03.03	18:35:05	Schröder vor seiner Regierungserklärung	
	14.03.03	18:30:36	Schröders Reformvorschläge gehen der Opposition nicht weit genug	
	14.03.03	18:32:58	Schaltgespräch mit Dieter Kronzucker zur Regierungserklärung	
Pro 7	10.03.03	20:03:54	Berlin: Bundeskanzler bereitet Regierungserklärung zu Arbeitsmarktreformen vor	
	11.03.03	20:00:43	Wie Schröder das Land aus der Krise führen will	
	12.03.03	20:04:34	Berlin: Schröder kündigt Sozialkürzungen an	
	13.03.03	20:04:11	Berlin: 13 Stunden vor Schröders Reform-Rede	
	14.03.03	20:00:44	Schröders Bundestagsrede zu Sozialreformen	
Kabel 1	11.03.03	17:47:37	3 Tage vor Schröders Regierungserklärung: Einschnitte beim Arbeitslosengeld geplant	
	12.03.03	17:49:23	Schröder in der Kritik wegen seiner Reformpläne	
	13.03.03	17:48:03	Ein Tag vor der Kanzler-Rede ist klar, dass es starke Einschnitte in Sozialleistungen geben wird	
	14.03.03	17:46:00	Schröder kündigt Investitionsprogramm und Einschnitte im Sozialbereich an.	
RTL 2	11.03.03	20:01:56	Gerhard Schröders plant Investitionsprogramme und Einsparungen, um die Wirtschaft zu retten	
	14.03.03	20:00:26	Schröder kündigt Einschnitte im sozialen Netz bei seiner Regierungsrede an	
	15.03.03	20:02:23	Schröder muss Kritik wegen seiner Rede einstecken	

Tabelle 12 Thema CeBit

Sender	Datum	Sendezeit	Thema
ARD	11.03.03	20:11:55	Hannover: Eröffnung der Computermesse CeBit
	12.03.03	20:15:44	Hannover: Kanzler Schröder auf CeBit-Eröffnung
ZDF	11.03.03	19:14:42	Hannover: Neuerungen auf der CeBit
	12.03.03	19:15:30	Hannover: Kanzler auf der CeBit / IT-Branche optimistisch
	13.03.03	19:16:15	Neuerungen auf der CeBit
RTL	10.03.03	18:56:23	CeBIT: UMTS-Netz soll bald starten
	11.03.03	18:56:56	Hannover: CeBIT Eröffnung
	12.03.03	18:56:51	Neues von der CeBIT
	13.03.03	18:58:25	Spielkonsolen auf der CeBIT; X-Box
	15.03.03	18:59:05	CeBit
SAT.1	10.03.03	18:38:26	Interaktives Fernsehen wird als Projekt auf der CeBit getestet
	10.03.03	18:42:41	Navigationssystem für Handys wird vorgestellt
	11.03.03	18:41:36	CeBIT: Game-Handy soll den Markt erobern
	12.03.03	18:42:39	CeBIT: neue Videoschnitt-Programme werden vorgestellt
	13.03.03	18:42:37	CeBIT: neue Handy-Trends
	14.03.03	18:42:27	Microsoft präsentiert die "X-Box"
Pro 7	10.03.03	20:07:24	CeBIT präsentiert erstes Handy-Navigationssystem
	10.03.03	20:09:16	Erstes Navigationssystem für Handys vorgestellt
	11.03.03	20:06:28	Hinweis auf die CeBIT
	11.03.03	20:08:38	Hannover: Aktuelle Trends von der CeBIT
	12.03.03	20:07:59	Hannover: CeBIT präsentiert den Autoschnitt
	13.03.03	20:07:44	Hannover: CeBIT präsentiert Fashion Phones
Kabel 1	10.03.03	17:48:12	Münchener Firma entwickelt Navigationssystem für Handys
	11.03.03	17:49:27	Neue Handys, mit denen man spielen kann
	12.03.03	17:52:52	Neuentwicklungen von der CeBIT: Programme zur Videobearbeitung
	15.03.03	0:05:55	CeBIT: neue Flach-Bildschirme
	16.03.03	0:18:29	neue Mode bei Computerdesign
RTL 2	10.03.03	20:05:57	Neue UMTS-Technologie für Handys im Test
	11.03.03	20:04:43	Schröder eröffnet CeBit, Telekommunikationsbranche erhofft sich Aufschwung
	12.03.03	20:05:30	Neue Handy-Trends der CeBit
	12.03.03	20:07:01	Virtuelles Computerspiel: Die Sims
	13.03.03	20:05:33	Test: Der neue Service für Handys MMS
	14.03.03	20:06:41	Spielkonsolen im Vergleich
Vox	11.03.03	18:07:38	CeBIT-Neuheiten
	12.03.03	18:11:35	CeBit

Aus der Themenaufzählung wird ersichtlich, dass sich die beiden dominanten Themen über mehrere Tage kumulieren und auf diese Weise ihre Spitzenwerte erreichen.

Besonders anschaulich werden die publizistischen Intentionen der Sender, wenn man die Themenschwerpunkte am Beispiel der CeBit quantitativ vergleicht (Tab. 13).

Tabelle 13 Themenschwerpunkte der CeBit-Berichterstattung

	ARD/ZDF	RTL/SAT.1/Pro7	Kabel1/RTL2/Vox	Gesamt
Wirtschaftsbranche	2	-	1	3
Kommunikationstechnologie	5	7	3	15
Handy-Neuheiten	1	7	6	14
Unterhaltungselektronik	1	7	5	13
Anzahl der CeBit-Beiträge	5	17	13	35

Obwohl auch hier die Fallzahlen sehr gering sind, verweisen sie doch deutlich genug auf einen charakteristischen Unterschied in der Behandlung der Hannover-Messe:

- Wenn die öffentlich-rechtlichen Sender über die CeBit berichten, stehen Wirtschaft und Technologie häufiger im Vordergrund.
- Wenn die privaten Sender über die CeBit berichten, stehen häufiger Unterhaltungselektronik und technische Neuheiten beim Handy im Vordergrund.
- Auffällig ist bei den Privatsendern zudem die Präsentation neuer Handys in Großaufnahme mit Firmennamen und teilweise auch Preisangaben der Produkte.

Die Spannweite der Polarisierung bei der Umsetzung von Ereignissen in Wirtschaftsberichterstattung kommt letztlich in beiden Schwerpunktthemen auf charakteristische Weise zum Vorschein. So könnte man zugespitzt zusammenfassen:

- ARD und ZDF wenden sich verstärkt den Themen der Reformdebatte und verwandten Themen zu.
- Die Privatsender thematisieren verstärkt die Neuigkeiten der Unterhaltungselektronik auf der CeBit und präsentieren sie in werblichem Stil.

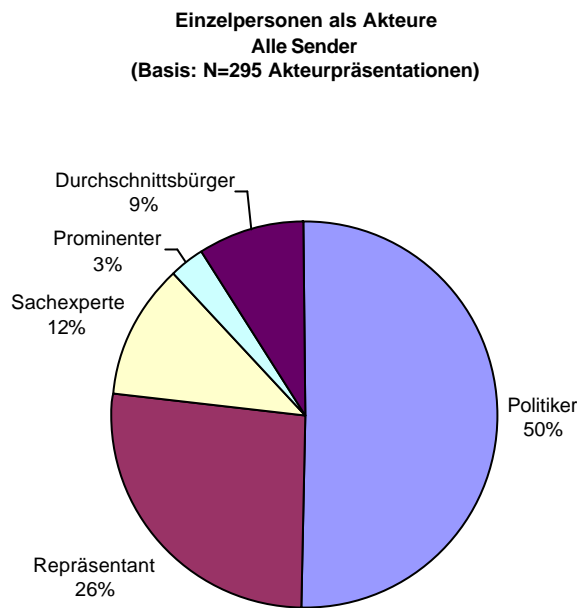
Während die Reformdebatte als Wirtschaftsthema eher mit den Attributen konfliktgeladen, thematisch komplex, sprachlich abstrakt und in der Grundstimmung ernst und sachlich charakterisiert werden kann, handelt es sich bei der CeBit mit dem Fokus auf Handys und Unterhaltungselektronik eher um ein Wirtschaftsthema, das als Event erscheint und sich leicht und positiv in einem kons umfreundlichen Klima darstellen lässt.

4.7 Akteure in der Wirtschaftsberichterstattung

Akteure sind in der Wirtschaftsberichterstattung alle genannten, gezeigten und sprechenden Personen und Institutionen sowie Organisationen und Unternehmen, die im Zusammenhang mit dem Ereignis bzw. Thema eine zentrale Handlungsrolle haben. Zentral bedeutet, sie sind für das Zustandekommen und zum Verständnis der berichteten Handlung nicht ausschließbar.

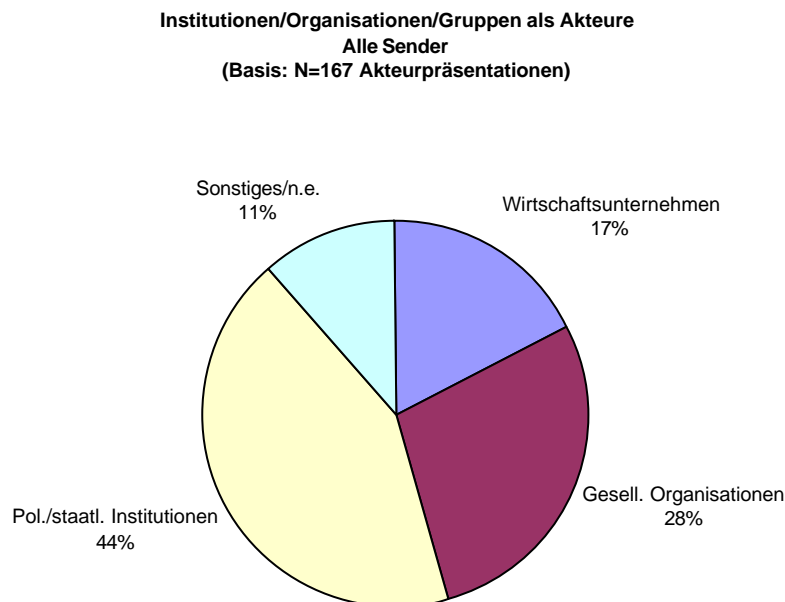
Die Akteure erscheinen entweder als Einzelpersonen (295 Präsentationen) oder als Institutionen, Organisationen und Unternehmen sowie Sonstiges (167 Präsentationen). Als Einzelpersonen lassen sich die Akteure nach unterschiedlichen Akteurrollen ausdifferenzieren.

Abbildung 15 Einzelpersonen als Akteure



Wenn es sich um Einzelpersonen handelt, sind es etwa zur Hälfte Politiker und etwas über ein Viertel Repräsentanten einer Institution oder organisierten Interessengruppe bzw. eines Unternehmens. Gering ist demgegenüber der Stellenwert von Sachexperten und noch seltner erscheinen Prominente in Wirtschaftsbeiträgen.

Abbildung 16 Institutionen, Organisationen und Unternehmen als Akteure



Auch auf der Ebene der nichtpersonalen Akteure dominieren die Institutionen, gefolgt von Organisationen und Unternehmen.

Betrachtet man die Akteurpräsenz nach Sendern differenziert, zeigt sich, dass die Sender ähnlich wie bei den Themen auch bei den Akteuren unterschiedliche Akzente setzen. Quantitativ gesehen finden die meisten Akteurpräsentationen von Politikern und gesellschaftlichen Repräsentanten bei ARD und ZDF statt. In allen übrigen Kategorien fallen die Häufigkeiten weniger unterschiedlich, zum Teil ähnlich aus.

Tabelle 14 Akteure in der Wirtschaftsberichterstattung (Häufigkeit)

	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox
Einzelpersonen									
Politiker	148	33	38	19	16	14	10	6	12
Repräsentant	78	16	15	11	10	10	5	3	8
Sachexperte	34	7	3	6	4	2	6	5	1
Prominenter	9	0	0	1	1	2	1	2	2
Durchschnittsbürger	26	3	2	2	2	1	7	2	7
Gesamt Einzelpersonen	295	59	58	39	33	29	29	18	30
Inst./Org./Untern.									
Wirtschaftsunternehmen	29	8	4	4	7	2	1	2	1
Gesell. Organisationen	47	18	8	10	4	6	0	1	0
Pol./staatl. Institutionen	72	19	21	10	8	7	2	2	3
Sonstiges/n.e.	19	4	9	4	1	1	0	0	0
Gesamt Inst./Org./Untern.	167	49	42	28	20	16	3	5	4
Gesamt	462	108	100	67	53	45	32	23	34
%									
	Gesamt	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox
Einzelpersonen									
Politiker	50	56	66	49	48	48	34	33	40
Repräsentant	26	27	26	28	30	34	17	17	27
Sachexperte	12	12	5	15	12	7	21	28	3
Prominenter	3	-	-	3	3	7	3	11	7
Durchschnittsbürger	9	5	3	5	6	3	24	11	23
Gesamt Einzelpersonen	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Inst./Org./Untern.									
Wirtschaftsunternehmen	17	16	10	14	35	13	33	40	25
Gesell. Organisationen	28	37	19	36	20	38	-	20	-
Pol./staatl. Institutionen	43	39	50	36	40	44	67	40	75
Sonstiges/n.e.	11	8	21	14	5	6	-	-	-
Gesamt Inst./Org./Untern.	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern und bei den großen Privatsendern sowie bei Vox findet man für Einzelpersonen eine ähnliche Akteurstruktur vor. Sie wird bestimmt vom Vorrang der Politiker und einem vergleichsweise hohen Anteil an gesellschaftlichen Repräsentanten. Bei den kleineren Privatsendern verschieben sich die Gewichte – mitbedingt durch die geringe Fallzahl - mehr zugunsten von Sachexperten und Durchschnittsbürgern.

Auf der Ebene nichtpersonaler Akteure spiegelt sich dies entsprechend bei den großen Sendern in hohen Anteilen der politischen/staatlichen Institutionen, gefolgt von gesellschaftlichen Organisationen und dann erst Wirtschaftsunternehmen wider. Bei den kleineren Sendern beschränkt sich die nichtpersonale Akteurpräsenz nahezu auf politische und staatliche Institutionen und nachrangig Wirtschaftsunternehmen.

In exemplarischen Ausschnittvergrößerungen werden im Folgenden die beiden für die Wirtschaftsberichterstattung im engeren Sinne besonders interessanten Akteurrollen Repräsentanten und Unternehmen aufgeführt (Übersicht 2 und 3).

Übersicht 2 Akteurrolle Repräsentanten als Einzelpersonen

Sender	Akteurname	Institutioneller Deskriptor	Thema
ARD	Bauer, Heinrich	Verleger "Bauer Verlag"	KirchMedia-Verkauf: letzte Phase der Verhandlungen mit US-Milliardär Saban
	Franz, Christoph	Vorstand Deutsche Bahn AG	Deutsche Bahn will neues Preissystem mit Sonderangeboten ergänzen
	Gewerkschaftler	Gewerkschaft	Reaktionen auf Regierungserklärung
	Gewerkschaftsvertreter	Gewerkschaftsvertreter	Auch innerparteilicher Widerstand gegen Reformpläne Schröders
	Hansen, Norbert	Vorsitz Transnet-Gewerkschaft	Tarifabschluss bei der Bahn
	Hundt, Dieter	Arbeitgeberpräsident	Reaktionen auf Regierungserklärung
	Mehdorn, Hartmut	Vorstand Deutsche Bahn	Tarifabschluss bei der Bahn
	Ricke, Kai-Uwe	Telekom Vorstandchef	Rekordverlust bei der Deutschen Telekom
	Saban, Haim	US-Milliardär, KirchMedia-Käufer	KirchMedia-Verkauf: letzte Phase der Verhandlungen mit US-Milliardär Saban
	Sommer, Michael	DGB-Vorsitzender	Reaktionen auf Regierungserklärung
	Sommer, Michael	DGB-Vorsitzender	Klagedrohungen gegen Reformpläne
	Sprecher Sozialministerium	Bundessozialministerium	Bundessozialministerium erwartet stabile Rentenbeitragssätze
	Steinbach, Klaus	Präsident Nationales Olympisches Komitee	NOK-Bericht zur Olympiabewerbung
	Vetter, Peter	Vorsitz Sozialverband Deutschland	Klagedrohungen gegen Reformpläne
	Wenning, Werner	Konzernchef Bayer	Lipobay-Skandal
Zimmermann, Klaus	Präs. Dt. Institut für Wirtschaftsforsch	Reaktionen auf Regierungserklärung	
ZDF	Bsirske, Frank	ver.di-Chef	Kritik von Gewerkschaften und SPD-Linker an Schröders Reformplänen
	Bsirske, Frank	ver.di-Chef	Reaktionen auf Reformpläne Schröders: Kritik von Arbeitgebern und ver.di
	Daubenbüchel, Rainer	Präsident Bundesversicherungsamt	Verluste bei der Pflegeversicherung
	Gerbershagen, Ralf	Bereichsleiter Motorola Deutschland	Neuerungen auf der CeBit
	Hansen, Norbert	Vorsitz Transnet-Gewerkschaft	Tarifeinigung bei der Deutschen Bahn
	Hundt, Dieter	Arbeitgeberpräsident	Reaktionen auf Reformpläne Schröders: Kritik von Arbeitgebern und ver.di
	Landsberg-Velen, Graf von	Vorsitz Bewertungskommission Olympi	Hoffnung auf Hamburg als Olympia-Standort
	Mehdorn, Hartmut	Vorstand Deutsche Bahn	Tarifeinigung bei der Deutschen Bahn
	Meyer, Horst	Geschäftsführer Olympia GmbH Hamburg	Hoffnung auf Hamburg als Olympia-Standort
	Pierer, Heinrich von	Vorstand Siemens AG	Neuerungen auf der CeBit
	Pischetsrieder, Bernd	Vorstand Volkswagen AG	VW-Jahresbilanz: drastischer Gewinnrückgang
	Ricke, Kai-Uwe	Telekom Vorstandchef	Rekordverlust der Deutschen Telekom
	Saban, Haim	US-Milliardär, KirchMedia-Käufer	KirchMedia-Verkauf: Zuschlag voraussichtlich für US-Milliardär
	Sommer, Michael	DGB-Vorsitzender	Reaktionen auf Reformpläne Schröders: Kritik von Arbeitgebern und ver.di
	Weber, Peter	Panasonic Deutschland	Hannover: Neuerungen auf der CeBit
RTL	Bsirske, Frank	ver.di-Chef	Schröder vor der Regierungserklärung
	Kirch, Leo	Medienmogul	Kirch Bauer-Verlag gibt auf
	Mehdorn, Hartmut	Vorstand Deutsche Bahn	Einigung bei der Bahn
	Müller, Stefan	Siemens Mobile	Neues von der CeBIT
	Ricke, Kai-Uwe	Telekom Vorstandchef	Rekordverlust bei der Telekom
	Saban, Haim	US-Milliardär, KirchMedia-Käufer	Kirch Bauer-Verlag gibt auf
	Schneider-Johne, Boris	Microsoft, Pressesprecher	Spielkonsolen auf der CeBIT; X-Box
	Sommer, Michael	DGB-Vorsitzender	Reaktionen auf Regierungserklärung
	Sommer, Michael	DGB-Vorsitzender	Reaktionen auf Regierungserklärung Schröders
	Weber, Peter	Panasonic Deutschland	CeBit
Witzke, Heiko	Vodafone	CeBIT: UMTS-Netz soll bald starten	
SAT.1	Aillaud, Valerie	Siemens	CeBit: neue Handy-Trends
	Bsirske, Frank	ver.di-Chef	Reformkurs: Die Bezugsdauer auf Arbeitslosengeld soll sinken
	Dinter, Nicole	Plus	Supermärkte bieten Hochzeiten an
	Gerdes, Manfred	Sony	Microsoft präsentiert die "X-Box"
	Gramberg, Claus	HandyNow.de	CeBit: neue Handy-Trends
	Landsberg-Velen, Graf von	Vorsitz Bewertungskommission Olympi	Olympia 2012: Hamburg hat beste Chancen als Standort
	Leiseder, Stefan	MicroBasic	CeBit: neue Videoschnitt-Programme werden vorgestellt
	Saban, Haim	US-Milliardär, KirchMedia-Käufer	Entscheidung: Kein neues Angebot von Heinrich Bauer Verlag für KirchMedia
	Schneider-Johne, Boris	Microsoft, Pressesprecher	Microsoft präsentiert die "X-Box"
	Schneider-Johne, Boris	Microsoft, Pressesprecher	Microsoft präsentiert die "X-Box"

Fortsetzung Übersicht 2: Repräsentanten als Einzelpersonen

Pro 7	Aillaud, Valerie Bsirske, Frank Dinter, Nicole Gramberg, Claus Kircher, Herbert Landsberg-Velen, Graf von Leiseder, Stefan Müller, Stefan Saban, Haim	Siemens ver.di-Chef Plus HandyNow.de IBM Vorsitz Bewertungskommission Olympi MicroBasic Siemens Mobile US-Milliardär, KirchMedia-Käufer	Hannover: CeBIT präsentiert Fashion Phones Wie Schröder das Land aus der Krise führen will Plus bietet die Discount-Hochzeit an Hannover: CeBIT präsentiert Fashion Phones Hannover: Aktuelle Trends von der CeBIT Hamburg: Chancen für Olympia 2012? Hannover: CeBIT präsentiert den Autoschnitt Hannover: Aktuelle Trends von der CeBIT Heinrich Bauer Verlag macht kein weiteres Angebot für Kirch Media
Kabel 1	Bsirske, Frank Leiseder, Stefan Priegnitz, Ingo Schneider, Steffen	ver.di-Chef MicroBasic Repräsentant Deutsche Bahn AG Frozen-Silicon.de	3 Tage vor Schröders Regierungserklärung: Einschnitte beim Arbeitslosengeld Neuentwicklungen von der CeBit: Programme zur Videobearbeitung Verbraucherschutzministerium will neues Tarifsysteem der Bahn ändern neue Mode bei Computerdesign
RTL 2	Müller, Stefan Sommer, Michael Weißler, Konrad	Siemens Mobile DGB-Vorsitzender Das Schuhinstitut	Neue Handy-Trends der CeBit Schröder muss Kritik wegen seiner Rede einstecken Neue Schuhtrends für den Herbst
Vox	Bsirske, Frank Hunold, Joachim Kurth, Wolfgang Pierer, Heinrich von Ricke, Kai-Uwe Schroeren, Michael Sommer, Michael Wansleben, Martin	ver.di-Chef Geschäftsführer Air Berlin Chef Hapag-Lloyd-Express Vorstand Siemens AG Telekom Vorstandchef Sprecher Umweltministerium DGB-Vorsitzender DIHT-Hauptgeschäftsführer, design.	Veränderungen im Sozialsystem angekündigt Auf Billig-Flugangebote sollen Mehrwertsteuern erhoben werden Auf Billig-Flugangebote sollen Mehrwertsteuern erhoben werden Reform-Streit Telekom mit Rekordverlusten Auf Billig-Flugangebote sollen Mehrwertsteuern erhoben werden Reform-Streit Kanzler-Rede: Kritik von Opposition, Gewerkschaften und Arbeitgebern

Übersicht 3 Akteurrolle Unternehmen als nichtpersonale Akteure

Sender	Akteurname	Thema
ARD	Bauer-Verlag	KirchMedia-Verkauf: letzte Phase der Verhandlungen mit US-Milliardär Saban
	Bayer-Konzern	Lipobay-Skandal
	Deutsche Bahn AG	Deutsche Bahn will neues Preissystem mit Sonderangeboten ergänzen
	Deutsche Bahn AG	Bahn-Tarifstreit
	Deutsche Bahn AG	Tarifabschluss bei der Bahn
	Deutsche Bahn AG	Gespräche zwischen Bundesregierung und Bahn über umstrittenes neues Preissystem
	Deutsche Telekom	Rekordverlust bei der Deutschen Telekom
	KirchMedia	KirchMedia-Verkauf: letzte Phase der Verhandlungen mit US-Milliardär Saban
ZDF	Bauer-Verlag	KirchMedia-Verkauf: Zuschlag voraussichtlich für US-Milliardär
	Deutsche Bahn AG	Tarifeinigung bei der Deutschen Bahn
	Deutsche Telekom	Rekordverlust der Deutschen Telekom
	KirchMedia	KirchMedia-Verkauf: Zuschlag voraussichtlich für US-Milliardär
RTL	Deutsche Bahn AG	Einigung bei der Bahn
	Microsoft	Spielkonsolen auf der CeBIT; X-Box
	Nintendo	Spielkonsolen auf der CeBIT; X-Box
	Sony	Spielkonsolen auf der CeBIT; X-Box
SAT.1	Deutsche Bahn AG	Umsatz-Minus bei der DB.
	Deutsche Bahn AG	Berlin: Bahn-Beschäftigte demonstrieren für höhere Tarife
	Deutsche Bahn AG	Fortschritte der Tarifverhandlungen bei der Deutschen Bahn
	Deutsche Telekom	Rekordverluste bei der Telekom
	Heinrich Bauer Verlag	Entscheidung: Kein neues Angebot von Heinrich Bauer Verlag für KirchMedia
	Microsoft	Microsoft präsentiert die "X-Box"
	Siemens	CeBit: neue Handy-Trends
Pro 7	Heinrich Bauer Verlag	Heinrich Bauer Verlag macht kein weiteres Angebot für Kirch Media
	Kirch Media AG	Heinrich Bauer Verlag macht kein weiteres Angebot für Kirch Media
Kabel 1	Deutsche Bahn AG	Verbraucherschutzministerium will neues Tarifsysteem der Bahn ändern
RTL 2	Deutsche Bahn AG	Deutsche Bahn und Eisenbahnergewerkschaft einigen sich auf Tarifabschluss
	Deutsche Telekom	Deutsche Telekom mit Rekordverlust im vergangenen Jahr
Vox	Deutsche Telekom	Telekom mit Rekordverlusten

Vergleicht man alle Akteurpräsentationen in systematischer Verteilung auf Kategorien der Wirtschaftsthemen, zeigt sich, in welchen thematischen Zusammenhängen die Akteure auftraten.

Tabelle 15 Akteurpräsenz nach Wirtschaftsthemen (Häufigkeit)

	Gesamt	Ausland	Wirtsch/Sozialpolitik	Reformpaket	Tarifpolitik	Unternehmen	CEBIT	Olympia-Bewerbung	Buntes/Events	Sonstiges
Einzelpersonen										
Politiker	155	2	11	126	-	1	5	3	-	-
Repräsentant	78	-	5	22	5	15	20	7	4	-
Sachexperte	37	-	5	1	-	5	20	-	3	-
Prominenter	9	-	-	1	-	-	6	1	1	-
Durchschnittsbürger	35	2	1	10	2	3	6	-	2	-
Gesamt Einzelpersonen	295	4	22	160	7	24	57	11	10	-
Org/Inst/Untern.										
Wirtschaftsunternehmen	29	-	-	-	8	16	5	-	-	-
Gesell. Organisationen	47	-	3	20	18	-	1	5	-	-
Pol./staatl. Institutionen	72	3	30	35	1	2	1	-	-	-
Sonstiges/n.e.	19	-	2	12	3	1	1	-	-	-
Gesamt Org/Inst/Untern.	167	3	35	67	30	19	8	5	-	-
Gesamt	462	7	57	227	37	43	65	16	10	-

In %-Spalten

	Gesamt	Ausland	Wirtsch/Sozialpolitik	Reformpaket	Tarifpolitik	Unternehmen	CEBIT	Olympia-Bewerbung	Buntes/Events	Sonstiges
Einzelpersonen										
Politiker	53	50	50	79	-	4	9	27	-	-
Repräsentant	26	-	23	14	71	63	35	64	40	-
Sachexperte	13	-	23	1	-	21	35	-	30	-
Prominenter	3	-	-	1	-	-	11	9	10	-
Durchschnittsbürger	12	50	5	6	29	13	11	-	20	-
Gesamt Einzelpersonen	100	100	100	100	100	100	100	100	100	-
Org/Inst/Untern.										
Wirtschaftsunternehmen	17	-	-	-	27	84	63	-	-	-
Gesell. Organisationen	28	-	9	30	60	-	13	100	-	-
Pol./staatl. Institutionen	43	100	86	52	3	11	13	-	-	-
Sonstiges/n.e.	11	-	6	18	10	5	13	-	-	-
Gesamt Org/Inst/Untern.	100	100	100	100	100	100	100	100	-	-

Abgesehen von der trivialen Feststellung, dass sich die Akteurpräsenz von Politikern und politischen Institutionen in den Kategorien Reformpaket, diverse Wirtschafts- und

Sozialpolitik sowie Auslandspolitik konzentriert, zeigt sich hier vor allem, in welchen thematischen Bezügen die übrigen Akteure vorkommen.

In %-Zeilen

	Gesamt	Ausland	Wirtsch/Sozialpolitik	Reformpaket	Tarifpolitik	Unternehmen	CEBIT	Olympia-Bewerbung	Buntes/Events	Sonstiges
Einzelpersonen										
Politiker	100	1	7	81	-	1	3	2	-	-
Repräsentant	100	-	6	28	6	19	26	9	5	-
Sachexperte	100	-	14	3	-	14	54	-	8	-
Prominenter	100	-	-	11	-	-	67	11	11	-
Durchschnittsbürger	100	6	3	29	6	9	17	-	6	-
Gesamt Einzelpersonen	100	1	7	54	2	8	19	4	3	-
Org/Inst/Untern.										
Wirtschaftsunternehmen	100	-	-	-	28	55	17	-	-	-
Gesell. Organisationen	100	-	6	43	38	-	2	11	-	-
Pol./staatl. Institutionen	100	4	42	49	1	3	1	-	-	-
Sonstiges/n.e.	100	-	11	63	16	5	5	-	-	-
Gesamt Org/Inst/Untern.	100	2	21	40	18	11	5	3	-	-

Gesellschaftliche Repräsentanten findet man am häufigsten mit Stellungnahmen zum Reformpaket, zur Unternehmenspolitik und zur CeBit. Sachexperten treten am häufigsten in Berichten über die CeBit auf, die wenigen Prominenten erscheinen bei der CeBit und im Kontext bunter Themen und Events. Durchschnittsbürger äußern sich in relativ breitem Themenspektrum, dabei vor allem zur CeBit, zum Reformpaket, zu Wirtschaftsunternehmen sowie zur Tarifpolitik und Auslandspolitik.

4.8 Verständlichkeit der Wirtschaftsberichterstattung

Wirtschaftsthemen gelten weithin als trocken, abstrakt und schwer vermittelbar. Ihnen mangelt es im Unterschied zu manchen anderen Themenbereichen an Dramatik, Emotionalität und Visualisierungspotenzial. Daher stellen sich nicht nur dem Zugang der Sender hohe Barrieren entgegen, sondern auch beim Publikum – wenn es nicht speziell an solchen Themen interessiert ist – dürften eher Widerstände zu vermuten sein. Ein zentraler Aspekt, der die Attraktivität und Vermittelbarkeit der Wirtschaftsthemen betrifft, kann in der Verständlichkeit gesehen werden. Daran lässt sich ein ganzes Bündel an Fragen anknüpfen: Wie verständlich sind Wirtschaftsthemen in den Nachrichten? Was macht sie verständlich? Wer bietet die meisten verständlichen Beiträge an? Welche Defizite an Informationsgehalt sind möglicherweise damit verbunden, wenn Wirtschaftsthemen leicht verständlich präsentiert werden?

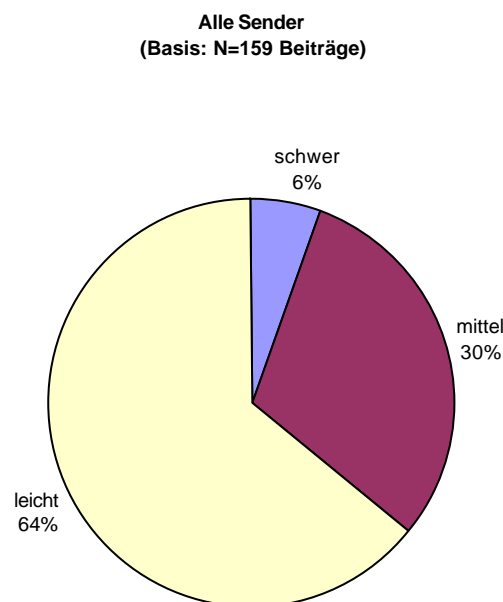
Um die Verständlichkeit der Wirtschaftsthemen inhaltsanalytisch, also auf das Produkt bezogen, empirisch zugänglich zu machen, bieten sich verschiedene Vorgehensweisen an. Sie unterscheiden sich im methodischen Anspruch und dem damit verbundenen Forschungsaufwand. Dies lässt sich mit zwei Ansätzen verdeutlichen:

- Einstufung der einzelnen Wirtschaftsbeiträge nach ihrer Verständlichkeit auf einer mehrstufigen Skala durch die Coder. Dabei wird die Erfahrung der Coder mit vielfältigem Vergleichsmaterial genutzt.
- Operationalisierung, d.h. Umsetzung des Begriffs Verständlichkeit als eine Produktqualität der Beiträge, die sich auf der Seite des Publikums auswirkt, in einzelne messbare Indikatoren. Schließt man dabei die Rezeptionssseite aus und beschränkt sich auf das Produkt, kommen zur indirekten Messung von Verständlichkeit zum Beispiel solche Indikatoren in Betracht wie Anzahl von Fremdwörtern und Fachausdrücken, Anzahl erklärter Fachbegriffe und neuer Begriffe, Anzahl von Nebensätzen im Text, Verwendung von Grafiken und anderen Mitteln zur Veranschaulichung, Verknüpfung der faktischen Nachricht mit Hintergrund und Perspektive u.a.m.

Im Rahmen dieser Studie kann die Beschäftigung mit dem Problem Verständlichkeit nur in verkürzter Form erfolgen. Ausgegangen wird dabei von einem Coder-Rating im Sinne des erstgenannten Ansatzes. Anschließend werden einige Zusammenhänge zwischen dem Coder-Rating einerseits und den Sendern, den Darbietungsformen und Gestaltungselementen sowie den Wirtschaftsthemen andererseits untersucht.

Stuft man die Verständlichkeit der Wirtschaftsbeiträge zunächst auf einer 5-Punkte-Skala ein, die zwischen sehr schwer, schwer, mittel, leicht und sehr leicht unterscheidet und reduziert die Skala wegen geringer Fallzahlen auf drei Ausprägungen – schwer, mittel, leicht – ergibt sich für die Wirtschaftsberichterstattung in der Untersuchungswoche im Senderdurchschnitt folgende Verteilung:

Abbildung 17 **Verständlichkeit der Wirtschaftsberichterstattung (Coder-Rating)**



Knapp zwei Drittel der Beiträge werden als leicht bis sehr leicht verständlich eingestuft. Fast ein Drittel der Beiträge liegt im mittleren Bereich der Skala. Und nur 6 Prozent der Beiträge werden als schwer verständlich eingestuft.

Nach Sendern differenziert ergibt sich folgendes Bild:

Tabelle 16 Verständlichkeit nach Sendern (Coder-Rating)

	ARD	ZDF	RTL	SAT.1	Pro 7	Kabel 1	RTL 2	Vox	Gesamt
schwer	2	2	2	1	2	-	-	-	9
mittel	12	7	12	4	1	5	3	4	48
leicht	15	20	8	16	18	8	13	5	103
Gesamt	29	29	22	21	21	13	16	9	160
in %									
schwer	6	7	10	5	11	0	0	0	6
mittel	45	24	48	20	6	36	19	40	30
leicht	48	69	43	75	83	64	81	60	64
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Bei allen Sendern überwiegen nach Einschätzung der Coder die mittel bis leicht verständlichen Beiträge. Schwer verständliche Beiträge werden nur bei den öffentlich-rechtlichen und den größeren Privatsendern festgestellt, aber nicht bei den drei kleineren Sendern. Am leichtesten verständlich erscheint die Wirtschaftsberichterstattung bei RTL 2.

Aufgrund der geringen Fallzahlen sind diese Befunde allerdings nicht verallgemeinerbar, sondern sie sollten hier als empirisches „Versuchsmaterial“ für ein exploratives Vorgehen betrachtet werden, das zu Hypothesen führen kann, die auf einer breiteren Datenbasis zu überprüfen wären. So stützen diese vorläufigen Befunde zunächst die plausible Vermutung, dass die Verständlichkeit umso mehr zunimmt, je weniger Informationsgehalt vermittelt wird und je weniger Komplexität in den Themen der Beiträge liegt.

Betrachtet man daraufhin einige Zusammenhänge zwischen Verständlichkeit und Umfang sowie Präsentation und Gestaltung der Beiträge, zeigen sich folgende Strukturen:

Tabelle 17 Verständlichkeit und formale Merkmale (Häufigkeit)

	schwer	mittel	leicht	gesamt
Darbietungsform				
Gesamt	9	48	102	159
Meldung	-	6	14	20
Nachrichtenfilm	1	7	33	41
Filmbericht/O-Ton	7	31	50	88
Kommentar	-	-	-	-
Studiogespräch	-	4	3	7
Moderation	-	-	-	-
Sonstiges	1	-	2	3
Gestaltungselemente				
Gesamt	8	47	98	153
Wort	7	43	65	115
Bild	7	34	55	96
Graphik	2	11	16	29
Musik	1	4	13	18
Film	8	36	80	124
Trick/Animation	-	-	4	4
Archiv-Dokumentation	-	-	2	2
Schalt-Gespräch	-	4	4	8
Beitragsdauer gruppiert				
Gesamt	9	48	102	159
< 1 Minute	2	15	50	67
1 - 2 Minuten	3	25	36	64
> 2 Minuten	4	8	16	28

Tabelle 18 Verständlichkeit und formale Merkmale (in %)

	schwer	mittel	leicht	gesamt
Darbietungsform				
Gesamt	6	30	64	100
Meldung	-	30	70	100
Nachrichtenfilm	2	17	80	100
Filmbericht/O-Ton	8	35	57	100
Kommentar	-	-	-	-
Studiosgespräch	-	57	43	100
Moderation	-	-	-	-
Sonstiges	33	-	67	100
Gestaltungselemente				
Gesamt	5	31	64	100
Wort	6	37	57	100
Bild	7	35	57	100
Graphik	7	38	55	100
Musik	6	22	72	100
Film	6	29	65	100
Trick/Animation	-	-	100	100
Archiv-Dokumentation	-	-	100	100
Schalt-Gespräch	-	50	50	100
Beitragsdauer gruppiert				
Gesamt	6	30	64	100
< 1 Minute	3	22	75	100
1 - 2 Minuten	5	39	56	100
> 2 Minuten	14	29	57	100

Aus dieser Datenkonstellation lässt sich im Hinblick auf die Bedeutung der formalen Gestaltung unter Vorbehalt der geringen Fallzahlen zusammenfassen:

- Darbietungsformen: Leicht verständliche Beiträge erscheinen am ehesten als Nachrichtenfilm, schwer verständliche als Filmbericht mit O-Ton.
- Gestaltungselemente: Leicht verständliche Beiträge erscheinen mit Musik, Trick/Animation, Archiv-Dokumentation, schwer verständliche mit Grafik.
- Beitragsdauer: Leicht verständliche Beiträge sind kurz, sie haben eine Beitragsdauer unter einer Minute. Schwer verständliche Beiträge haben eine Beitragslänge von mehr als zwei Minuten.

Betrachtet man auf ähnliche Weise die Zusammenhänge zwischen Verständlichkeit und Wirtschaftsthemen, zeigt sich Folgendes:

Tabelle 19 Verständlichkeit im Zusammenhang mit Wirtschaftsthemen

	Ausland	Wirtsch./Sozialpolitik	Reformpaket	Tarifpolitik	Unternehmen	CEBIT	Olympia-Bewerbung	Buntes/Events	Gesamt
Anzahl der Beiträge									
schwer	-	-	6		2	1	-	-	9
mittel	-	6	19	6	4	11	1	1	48
leicht	5	14	28	9	15	23	4	4	102
Gesamt	5	20	53	15	21	35	5	5	159
in %									
schwer	-	-	11	-	10	3	-	-	6
mittel	-	30	36	40	19	31	20	20	30
leicht	100	70	53	60	71	66	80	80	64
Gesamt	100	100	100	100	100	100	100	100	100
schwer	-	-	67	-	22	11	-	-	100
mittel	-	13	40	13	8	23	2	2	100
leicht	5	14	27	9	15	23	4	4	100

Wenn es sich um schwer verständliche Beiträge handelt, berichten sie hauptsächlich über das Reformpaket der Bundesregierung, in weitem Abstand folgen die Themen Wirtschaftsunternehmen und CeBit.

Exemplarisch lässt sich hierzu die als schwer verständliche Berichterstattung über die Bundestagsdebatte zum Reformpaket am 14. März anführen. Hier werden verschiedene Reformpunkte (Arbeitslosengeld, Sozialhilfe, Lockerung des Kündigungsschutzes, Privatisierung des Krankengeldes, Meisterbrief, Senkung der Lohnnebenkosten) angesprochen und aus unterschiedlicher Sicht (Wirtschaft, Wissenschaft, Gewerkschaft) beurteilt. Auch wenn dabei zum Teil Inserts und Grafiken zur Hilfe genommen werden, um einzelne Punkte zu veranschaulichen, liegt der Schwerpunkt überwiegend auf verbaler Vermittlung komplexer Themen durch „sprechende Köpfe“. Die Berichterstattung beschränkt sich angesichts der Informationsfülle auf Sach- und Fachbegriffe, deren Verständnis Vorwissen erfordert. Bei gegebenem Sachinteresse bietet die Erstinformation durch die Fernsehnachrichten aber möglicherweise einen Anstoß zur Suche nach weiterer Detailinformation aus anderen Quellen.

Wenn es sich um leicht verständliche Beiträge handelt, verteilen sie sich über ein breites Themenspektrum, das heißt, es gibt sie in unterschiedlichen Themen. Leicht verständlich erscheinen am ehesten die Beiträge zu den Themenbereichen Ausland, Olympia-Bewerbung und Buntes/Events.

5 Zusammenfassung und Fazit

In der Zusammenfassung der wichtigsten Befunde dieser Untersuchung, ergibt sich abschließend folgendes Bild:

1. Trotz gleichen Zugangs zu Nachrichtenquellen und Ereignissen unterscheiden sich die Hauptnachrichtensendungen im Fernsehen erheblich: Sowohl die Anzahl der Beiträge als auch die Auswahl der Themen und ihre Aufbereitung weichen je nach Sender deutlich voneinander ab. Dies lässt sich exemplarisch an der Woche belegen, in der die Bundesregierung ihr Reformpaket vorgestellt hat (10. bis 16. März 2003).
2. ARD und ZDF haben eine Gesamtthemenstruktur, in der die drei politik- und wirtschaftsrelevanten Themenkategorien „Politik BRD“, „Politik international“ und „Wirtschaft/Verkehr“ zusammen zwei Drittel der Sendezeit füllen. Das waren in der Bewertungswoche schwerpunktmäßig Reformen der Sozialsysteme, Irak-Krise sowie Unternehmensmeldungen. Bei RTL, SAT.1, ProSieben, Kabel 1 und Vox machen diese Bereiche weniger als die Hälfte der Sendezeit aus. Bei RTL 2 nehmen sie nur ein Viertel der Sendezeit ein.
3. Die Berichterstattung über Wirtschaftsthemen macht im Durchschnitt aller Sender etwa ein Fünftel aller Nachrichtenbeiträge und ein Viertel der Gesamtsendedauer aus. Auch hierin unterscheiden sich Sender deutlich. Die meisten Wirtschaftsbeiträge entfallen auf ARD (31) und ZDF (29), gefolgt von RTL (21), SAT.1 (20) und ProSieben (18), danach RTL 2 (16), Kabel 1 (14) und Vox (10). (Vox sendet am Samstag keine Hauptnachrichten und am Sonntag ein Nachrichtenmagazin mit Wochenrückblick, das hier unberücksichtigt ist). Verglichen mit einer Studie, die im Jahr 1990 die Wirtschaftsberichterstattung von ARD und ZDF untersuchte, hat sich bei diesen beiden Sendern das Angebot erweitert.
4. Während die Nachrichten bei ARD und ZDF in der Themenauswahl und -struktur relativ ähnlich sind, unterscheiden sich die privaten Sender nochmals untereinander: Bei den nichtpolitischen Nachrichten betont RTL Sport und Wetter, SAT.1 Kriminalität und Katastrophen. ProSieben, Kabel 1 und besonders RTL 2 legen Gewicht auf Unterhaltung/Medien/Buntes. Bei RTL 2 nehmen Unterhaltungsthemen 40 Prozent der Hauptnachrichtensendezeit ein.
5. Private Sender wählen andere Wirtschaftsthemen als öffentlich-rechtliche Sender. Das zeigt sich deutlich an den Hauptereignissen in der Untersuchungswoche, dem Reformpaket der Bundesregierung und der CeBit. ARD und ZDF setzen hier einen Schwerpunkt. Sie berichten acht beziehungsweise zehn Mal über diesen Themenkomplex. Die Computermesse CeBit wird bei der ARD in zwei, beim ZDF in drei Beiträgen thematisiert. RTL informiert neun Mal über das Reformpaket, fünf Mal über die CeBit. Bei den anderen Privatsendern kehrt sich das Verhältnis um. Bei diesen Sendern nimmt die CeBit im Verhältnis zum Reformpaket gleich großen, teilweise doppelt so großen Raum ein. Und während ARD und ZDF anlässlich der CeBit über die Branchenentwicklung informieren, stehen bei den Privatsendern neue Computerspiele und Handys im Mittelpunkt der Berichterstattung.
6. Die Machart der Nachrichtensendungen weicht stark voneinander ab: In der Tagesschau erscheint fast die Hälfte aller Wirtschaftsbeiträge als Meldung, während in

den übrigen Sendungen der Anteil der reinen Meldungen die 10-Prozent-Marke nicht überschreitet. Beim ZDF und bei RTL werden häufiger als bei anderen Sendern Grafiken verwendet. RTL 2 spielt häufiger als andere Sender Musik ein.

7. Abgesehen von den rein faktischen Nachrichten konzentrieren sich die Wirtschaftsbeiträge meist auf Probleme und Absichten. Ursachen und Mittel zur Problemlösung werden wesentlich seltener thematisiert.
8. Die Verständlichkeit der Wirtschaftsbeiträge steigt, je kürzer, filmischer und unterhaltender sie sind - und je weniger Inhalte sie aufweisen.
9. Bei den privaten Sendern sind umso eher Vielfaltverluste zu erwarten, je mehr die Senderfamilien gleiche Nachrichten mehrfach verwenden.
10. Die wirtschaftlichen Ereignisse, die in Tageszeitungen wiedergegeben werden, werden von den Hauptnachrichten nur teilweise abgedeckt. Zwar finden sich in den Hauptnachrichten die wichtigsten Ereignisse der Woche wieder - vor allem dann, wenn sie über mehrere Tage die Nachrichtenlage bestimmen - je spezieller und punktueller die Ereignisse und Themen sind, desto geringer scheint aber ihre Chance zu sein, in die Fernsehnachrichten zu gelangen (z.B. Millionenbetrüger Harksen legt Geständnis ab, MAN streicht Jobs in der Bussparte).

Daraus lässt sich als Fazit ziehen:

Die Annahme, Nachrichten bei den Privaten entsprächen weitgehend den öffentlich-rechtlichen, sie seien nur flotter und moderner gemacht, ist falsch. Anhand der Wirtschaftsberichterstattung lässt sich belegen, dass ein Teil der privaten Vollprogramme (RTL, SAT.1, ProSieben, Kabel 1 und RTL 2 und Vox) in seinen Hauptnachrichten nicht ausreichend über relevante wirtschaftliche Themen informiert. Die im Rundfunkstaatsvertrag genannten Verpflichtungen, im Programm „zu wesentlichen Teilen“ neben Bildung, Beratung und Unterhaltung auch Information anzubieten, wird bezüglich der gesellschaftspolitisch besonders relevanten Wirtschaftsinformationen nicht hinreichend erfüllt. Dadurch fehlen den Zuschauern Fakten und das Verständnis für Zusammenhänge. Zusätzlich erwächst ein gesellschaftspolitisches Problem, weil gerade Sender wie RTL 2 eine treue und sehr junge Zuschauerschaft haben. Zwar leisten auch die Privatsender viel für die Verständlichkeit wirtschaftlicher Themen. Sie dünne aber oft den Informationsgehalt komplexer Themen so weit aus, dass Zuschauer wirtschaftliche Zusammenhänge nicht immer herstellen können.

6 Literaturverzeichnis

- Buchwald, Manfred: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Institution – Auftrag – Programme: In: Schwarzkopf, Dietrich (Hrsg.): Rundfunkpolitik in Deutschland. Wettbewerb und Öffentlichkeit. Band 1, München 1999, S. 316-407.
- BVerfGE 73, 118 (vom 4. November 1986)
- BVerfGE 74, 297 (vom 24. März 1987)
- BVerfGE 83, 238 (vom 5. Februar 1991)
- Darschin, Wolfgang und Heinz Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2002. In: Media Perspektiven 4/2003, S. 158-166.
- Eifert, Martin: Funktionsauftrag: Funktionserfüllung als Auftrag und Aufgabe. In: epd medien 11/2000, S. 3-7.
- Hoffmann-Riehm, Wolfgang: Thesen zur Regulierung der dualen Rundfunkordnung. In: Medien & Kommunikation 1/2000, S. 7-21.
- Kalt, Gero: Info-Transport mit Schlagseite. Defizite bei den Nachrichtensendungen von ARD und ZDF. In: Ders. (Hrsg.): Wirtschaft in den Medien. Defizite, Chancen und Grenzen. Eine kritische Bestandsaufnahme, Frankfurt 1990, S. 41-54.
- Krüger, Udo Michael und Thomas Zapf-Schramm: Programmanalyse 2002/I: Wandel der Unterhaltungsformate im Fernsehen bei robuster Spartenstruktur. In: Media Perspektiven 3/2003, S. 102-114.
- Krüger, Udo Michael: Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Vergleich. In: Media Perspektiven 10/2002, S. 512-530.
- Krüger, Udo Michael: Politikvermittlung in den Fernsehnachrichten. In: Media Perspektiven 5/1997, S. 256-268.
- Krüger, Udo Michael: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1985-1990, Schriftenreihe Media Perspektiven Band 10, Baden-Baden 1992.
- Krüger, Udo Michael: Programmprofile im dualen Fernsehsystem 1991-2000, Schriftenreihe Media Perspektiven Band 15, Baden-Baden 2001.
- Krüger, Udo Michael: Politikvermittlung im Fernsehen. In: Media Perspektiven 2/2002, S. 77-87.
- Nachrichten in Deutschland. Die besten der Welt. In: TV Hören und Sehen, 19/1998, S. 6-11.
- Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland in der Fassung des sechsten Rundfunkänderungsstaatsvertrags. In: Media Perspektiven Dokumentation I/2002, S. 2-60.
- Stuiber, Hans-Werner: Medien in Deutschland. Band 2, Rundfunk Teil 1: Kapitel Rundfunkrecht. Die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, S. 433-449.
- Weiss, Hans-Jürgen und Joachim Trebbe: Fernsehen in Deutschland 1998-1999. Schriftenreihe der Landesmedienanstalten Band 18, Berlin 2000.

7 Wirtschaftsbeiträge in ausgewählten Tageszeitungen

Süddeutsche Zeitung und Welt

10.3.03 Montag

In Berlin läuft die Intern. Tourismusbörse (7.-11.)
Irak-Krise beeinflusst die Börse
Bistum Berlin ist pleite (150 Mio Euro Schulden)
Vorabberichte von der CeBit
Gerster regt Luxussteuer zur Senkung der Lohnnebenkosten an
BDA fordert Reform-Gesamtpaket
Bahn beklagt Rückgang der Fahrgastzahlen
20 000 Gewerkschaftler protestieren gegen Reform des Ladenschlussgesetzes
EU sieht noch keine Nachteile im transatlantischen Handel
In Italien beginnt die UMTS-Zeit

11.3.03 Dienstag

Telekom meldet Rekordverlust von 25 Mrd. Euro
Dax fällt auf Siebenjahrestief
Pflegeversicherung verbucht mit 400 Mio Euro größtes Defizit seit Gründung
Exportwirtschaft 2002 mit neuem Rekord: 648 Mrd. Euro (Plus 1,6%)
CeBit (12.-19.) Themen: W-Lan und UMTS und Internet, Konsumflaute
Bundesregierung will Arbeitslosengeld kürzen
EADS macht 2002 Verlust und baut 1700 Stellen ab

12.3.03 Mittwoch

Stoiber will Sozialhilfe senken
Schröder nennt Details seines Investitionsprogramms
Apotheken müssen mit Internet-Konkurrenz rechnen, so der Eur. Gerichtshof
VW gibt Gewinnwarnung heraus; Aktienkurs fällt auf Siebenjahrestief
Institut für Weltwirtschaft: deutsche Wirtschaft im ersten Quartal nicht gewachsen
Spekulationen um Kirch Media: Kauft Saban?
Berichte von der CeBit

13.3.03 Donnerstag

Bauer-Verlag bietet bei Kirch nicht mehr mit, Saban am Ziel?
Clement will Bundesanstalt für Arbeit umbauen
In München beginnt die Internationale Handwerksmesse (Philipp für Meisterbrief)
Call by Call soll für Stadtgespräche kommen
Bayer droht in den USA Aktionärsklage – Kurs bricht um 10% ein
Verdi muss sparen (Mitgliederschwund)

14.3.03 Freitag

Bundestag beschließt längere Ladenöffnungszeiten bis 20.00 Uhr
BMW erzielt 2002 bestes Ergebnis der Firmengeschichte
T-Online erzielt 2002 erstmals ein positives Jahresergebnis
BfA befürchtet Liquiditäts-Engpass

15./16.3.03 Samstag Sonntag

Regierungserklärung: Schröder will Sozialstaat umbauen, Stellungnahmen
Länder für Kürzung bei Beamtenbesoldung
Bundesrat lehnt Steuerpaket der Regierung ab

Frankfurter Allgemeine Zeitung

10.3.03 Montag

Union warnt Schröder vor einer Sonntagsrede - "Wir sind zur Zusammenarbeit bereit"
In neuem Gewand (K)
SPD-Abgeordnete fordern Reformen
Verdi macht gegen längere Einkaufszeit mobil
Schröder soll Härteklause für energieintensive Betriebe klären
Die Pharmaindustrie hofft jetzt auf den Wirtschaftsminister
Flaute und Pannen belasten die Bahn
Handy-Markt wächst unerwartet stark

11.3.03 Dienstag

Deutsche Telekom: Fast 25 Milliarden Euro Verlust
Millionendefizit in der Pflegeversicherung
Mobilfunk im Jahr vor UMTS (K)
Opec wird wahrscheinlich Öl-Fördergrenzen aufheben
Abkommen stärken EU-Bankenaufsicht
Kontaktpflege im Interesse der deutsch-amerikanischen Handelsbeziehungen
Kreditgenossenschaften fürchten gläserne Bankkonten
Ökonomen bezweifeln Erfolg der Ich-AG

12.3.03 Mittwoch

Kredite, Beihilfen, Vergünstigungen - Schröder verspricht Milliarden-Programme
Übernahmeangebot für Wella zeichnet sich ab
Kürzeres Arbeitslosengeld wird immer wahrscheinlicher
Am Ende der Geduld (K)
Opec geht nicht an die Öl-Förderquoten
Deutsche Computerbranche wächst
Grüne Haushaltspolitikerin fordert Schröder zu echten Strukturreformen auf
Wer für Marktwirtschaft ist, muß den Regulator fordern (K)
Sachsen vor dem Ende des Flächentarifs

13.3.03 Donnerstag

"Unmut und Beifall" für Schröders Reformpläne
Bauer Verlag zieht Kirch-Angebot zurück
Stoiber schlägt "Akutprogramm" vor
Große Gemeindefinanzreform gescheitert
Die Macht der Ratingagenturen (K)
Die Wirtschaft gibt dem Bundeskanzler eine letzte Chance
Wie Ökonomen Deutschland wieder auf Wachstumskurs bringen würden
Reformen, die nichts kosten
Harte Kritik an Arbeitslosenhilfe-Reform

14.3.03 Freita

Keine Annäherung im Streit über die Einwanderung
Die SPD zwischen Kompromiß und Streit
Ladenschluß samstags künftig um 20 Uhr
Wann, wenn nicht jetzt? (K)
Offensive für den Arbeitsmarkt (K)
Aus der Stagnationsfalle (K)
SPD-Spitze will neuen Kündigungsschutz
EU-Länder behindern freiere Fahrt für den europäischen Güterbahnverkehr

15./16.3.03 Samstag Sonntag

Länder für unterschiedliche Beamtenbesoldung
Schröder legt eine "Agenda 2010" vor: - Merkel: Das reicht nicht
Zuwenig Mut (K)
Das vernetzte Haus
Was sozial ist (K)
Schröders Reform belastet Haushalt in Milliardenhöhe

Kölner Stadt-Anzeiger

10.3.03 Montag

Rau verlangt "Reformen jetzt"
Mitnehmen oder stehen lassen? Die Distanz zu den Gewerkschaften wächst.
Ungewohnte Kampagnen für alte Positionen. Die Gewerkschaften wollen aus ihrer Defensive heraus, aber keinen neuen Kurs.
Reformen und Kriegstrommeln. "Grundsatzrede" des Kanzlers soll Kurs neu bestimmen.
Druck auf Schröder. Politiker, Gewerkschafter und Wirtschaft wollen Reform.
Billiges Geld für Bauherren?
Verschuldet mit dem ersten Handy-Vertrag. Viele junge Leute können nicht mit Geld umgehen.
Die Ich-AG lohnt nicht für jeden Existenzgründer.
Proteste gegen Reform des Ladenschlusses.
IT-Branche hofft auf Impulse. Die Cebit steht im Zeichen der weltweiten Konjunkturfalte.
Heisse Phase im Poker um KirchMedia.

11.3.03 Dienstag

Pflegekassen müssen grösstes Defizit seit Gründung hinnehmen.
Digitaler Sexappeal. Längst ist Computer-Technologie nicht allein ein Fall für Ingenieure, sondern auch für Designer.
Schmidt warnt vor Schwarzseherei. Die Pflegeversicherung und die Jahresbilanz.
Die Revolution über den Wolken. Stimmung der Billigflug-Gesellschaften bleibt euphorisch.
Grossreinemachen bei Telekom.
Es war wie beim Lügenbaron. Millionenbetrüger Jürgen Harksen legt Geständnis ab.

12.3.03 Mittwoch

Kanzler schwört SPD-Fraktion auf Reform ein. Vor Einschnitt bei Sozialleistungen.
Berlin: Weniger Krankengeld. Vorschläge zur Gesundheitsreform.
Grüne Abgeordnete widerspricht Trittins Steuerkonzept.
Sparkasse darf der NPD das Konto nicht kündigen.
Flugs am Flughafen im Netz. Auftakt der Computermesse Cebit.
7,2 Millionen in Deutschland ohne Arbeit.
Rätseln über Riester-Formularen.
Bayer fordert von Aventis Geld zurück.

13.3.03 Donnerstag

Die amerikanische Lösung. US-Milliardär greift nach den Filetstücken der insolventen Kirch-Gruppe.
Haim Saban war einst Bill Clintons Wahlhelfer.
Stoiber kündigt Gegenentwurf an. Vor Schröders Regierungserklärung.
DGB befürchtet Aufweichung der Tarifautonomie.
Rententräger sehen Beitrag auf fast 20 Prozent ansteigen.
Computerindustrie schaltet auf Optimismus. Siemens sieht Wachstumschancen.
Sammelklage gegen Banken. Jahresbericht der Verbraucherzentrale in Köln.
US-Fluglinien stürzen tiefer in die Krise. Durch die Kriegsangst fallen die Aktien.
MAN streicht 1000 Jobs in der Bussparte.

14.3.03 Freitag

Fronten sind verhärtet. Union kompromisslos beim Thema Zuwanderung.
Einigung über Kündigungsschutz. Die Union will einen Kompromiss für die Reform der Körperschaftssteuer.
Realitätsfremde und unredliche Debatte: Über den Zuwanderungsstreit.
Rentenbeitrag kann 2004 wieder steigen.
E-mails an der Wohnzimmerwand. Cebit: Die Fernsehhecke verwandelt sich in ein Multimedia-Center.
Ladenschluss samstags erst um 20 Uhr.
Norddeutsche Börsenhochzeit. Nasdaq Deutschland heizt Überlebenskampf der Regionalbörsen weiter an.
Springer trotz der Medienkrise. T-online hat den Verlust verringert und hofft auf die Wende.
Lipobay-Aktienkurs-Senker für Bayer. Die Schadensersatzforderungen schweben weiter über dem Konzern.

15./16. Samstag/Sonntag

Schröders Reformrede stösst auf heftige Kritik im eigenen Lager. Verdi-Chef Bsirske: Verrat-Merkel bietet Kooperation an.
Die Reformpläne der Bundesregierung.
Der gebremste Kanzler. Die Regierungserklärung und die Konsequenzen.
Stolpern in die richtige Richtung: Die Auseinandersetzung der Vorschläge Schröders beginnen erst.
Bund gibt Billigkredite an Hausbesitzer: Das Geld soll Wohnungs-Modernisierung erleichtern.
Spass-Offensive mit Handy-Spielen. Die Branche hofft auf ein Riesengeschäft.
Kabelfirma ISH streicht 350 Jobs.
Ende einer Ära bei der Softwareschmiede SAP.
Worldcom schreibt Rekordwert ab. Dem insolventen US-Konzern gehen 79 Milliarden \$ verloren.
Öl und Benzin treiben Teuerungsrate hoch.

8 Tabellenverzeichnis

Tabelle	1	Anteil der Sender am TV-Konsum	7
Tabelle	2	Zuschaueranzahl und Marktanteil der Hauptnachrichten	8
Tabelle	3	Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen (Beiträge)	14
Tabelle	4	Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen (Sendedauer)	16
Tabelle	5	Anzahl der Beiträge mit Wirtschaftsbezug	19
Tabelle	6	Darbietungsform der Wirtschaftsbeiträge nach Sender	22
Tabelle	7	Gestaltungselemente nach Sendern	23
Tabelle	8	Info-Elemente nach Sendern	24
Tabelle	9	Universelle Themenstruktur der Wirtschaftsbeiträge nach Sendern	26
Tabelle	10	Spezifische Wirtschaftsthemen nach Sendern	29
Tabelle	11	Thema Reformpaket	31
Tabelle	12	Thema CeBit	32
Tabelle	13	Themenschwerpunkte der CeBit-Berichterstattung	33
Tabelle	14	Akteure in der Wirtschaftsberichterstattung (Häufigkeit)	35
Tabelle	15	Akteurpräsenz nach Wirtschaftsthemen (Häufigkeit)	39
Tabelle	16	Verständlichkeit nach Sendern (Coder-Rating)	42
Tabelle	17	Verständlichkeit und formale Merkmale (Häufigkeit)	43
Tabelle	18	Verständlichkeit und formale Merkmale (in %)	44
Tabelle	19	Verständlichkeit im Zusammenhang mit Wirtschaftsthemen	45

9 Abbildungsverzeichnis

Abbildung	1	Analysedesign	10
Abbildung	2	Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen aller Sender	13
Abbildung	3	Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen einzelner Sender	15
Abbildung	4	Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen aller Sender	16
Abbildung	5	Gesamtthemenstruktur der Nachrichtensendungen einzelner Sender	17
Abbildung	6	Sender nach Anzahl der Beiträge mit Wirtschaftsbezug	20
Abbildung	7	Sendedauer der Beiträge mit Wirtschaftsbezug	20
Abbildung	8	Darbietungsformen der Wirtschaftsbeiträge	21
Abbildung	9	Gestaltungselemente in Wirtschaftsbeiträgen	23
Abbildung	10	Info-Elemente	24
Abbildung	11	Universelle Themenkategorien der Wirtschaftsbeiträge	25
Abbildung	12	Ereignisse und Themen	27
Abbildung	13	Spezifische Wirtschaftsthemen nach Sendern	28
Abbildung	14	Spezifische Wirtschaftsthemen im Wochenverlauf nach Tagen	30
Abbildung	15	Einzelpersonen als Akteure	34
Abbildung	16	Institutionen, Organisationen und Unternehmen als Akteure	34
Abbildung	17	Verständlichkeit der Wirtschaftsberichterstattung (Coder-Rating)	41

10 Übersichtenverzeichnis

Übersicht	1	Basiswerte	9
Übersicht	2	Akteurrolle Repräsentanten als Einzelpersonen	36
Übersicht	3	Akteurrolle Unternehmen als nichtpersonale Akteure	38