



Service statt Hintergrund

Zur Entwicklung der Wirtschaftsberichterstattung im Rundfunk

Viele Servicesendungen, doch zu wenig Beiträge, die Wirtschaft einem breiten Publikum verständlich machen - dies ist das Ergebnis der Auswertung der Wirtschaftsbeiträge, die am diesjährigen Wettbewerb um den Ernst-Schneider-Preis der deutschen Industrie- und Handelskammern teilnehmen.

Die öffentlich-rechtlichen Sender tragen dem gestiegenen Interesse der Bürger an wirtschaftlichen Themen vermehrt Rechnung. So werden Hintergründe in moderierten Nachrichtensendungen oft gut erklärt. In den Wirtschaftsmagazinen dominieren hingegen Tipps und Tests. Die Zuschauer und Hörer bekommen Entscheidungshilfen im Alltag - Einblicke in gesellschaftspolitisch bedeutende Entwicklungen erhalten sie kaum: Worin liegen die Ursachen der Arbeitslosigkeit und warum gelingt es in Deutschland nicht sie zu beseitigen? Wie lassen sich die Sozialsysteme künftig finanzieren? Was sind die Gründe für den zögerlichen Aufschwung im Osten Deutschlands? Diese Fragen werden nur in wenigen Beiträgen gestellt, obwohl guter Wirtschaftsjournalismus mit Hintergrundberichten ein Teil der Legitimation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist. Während ARD und ZDF überwiegend auf quotenträchtige Verbrauchersendungen setzen, verzichten die großen privaten Sender weitgehend auf eigene Wirtschaftsberichterstattung und leisten nachlassender Akzeptanz unserer Wirtschaftsordnung damit Vorschub.

Diese Einschätzung wird gestützt durch die Auswertung der Wirtschaftsbeiträge, die am diesjährigen Wettbewerb um den Ernst-Schneider-Preis der deutschen Industrie- und Handelskammern teilnehmen. Mit dem Ernst-Schneider-Preis zeichnen die IHKs seit 30 Jahren die besten Wirtschaftsbeiträge in Hörfunk und Fernsehen aus. Der Preis ist mit insgesamt 45 000 Euro dotiert. Am Wettbewerb des Jahres 2001 beteiligten sich alle öffentlich-rechtlichen und die großen Privatsender. Auch n-tv, N24, verschiedene Produktionsgesellschaften und Stadtsender schickten ihre besten Wirtschaftsbeiträge. Insgesamt wurden 241 Beiträge eingereicht.

Zwischen Existenzgründungsgeschichten und Räumungsverkäufen gibt es praktisch kein Thema, das nicht auf seine wirtschaftliche Relevanz begutachtet und oft einfallsreich umgesetzt wurde. Spektakuläre Stoffe boten die Holzmann-Pleite und der Milliarden-Betrug der Bohrgeräte-Firma Flowtex. Auffallend viele gute Beiträge behandeln Auswüchse der sozialen Marktwirtschaft: Raubkopien aus dem Internet, Fallstricke beim Electronic Banking und überhöhte Bankgebühren.

Besonders anschaulich sind die Beiträge, die die Spielregeln der Wirtschaft über Unternehmerportraits verdeutlichen. Dabei stechen die Beiträge heraus, bei denen persönliche Schicksale mit dem Auf und Ab eines Betriebs verknüpft sind wie bei Thomas Haffa und EM.TV.

Auch aus dem Ausland wurde berichtet: Von skrupellosen Betrügereien der Nigeria-Connection in Deutschland und dem milliardenschweren internationalen Zigarettenschmuggel. Karoshi, der in Japan um sich greifenden Tod durch Überarbeitung, wurde als Phänomen der Arbeitswelt beschrieben.

Zwischen diesen Leuchttürmen der Berichterstattung, die den Beweis erbringen, dass Wirtschaft attraktiv und unterhaltend dargestellt werden kann, zieht sich ein Strom von Verbraucher- und Servicestücken hin, in denen der Rundfunk seine Kompetenz als Ratgeber ausdrückt. Dieser Service wird im öffentlich-rechtlichen Fernsehen mit hohem Anspruch und guter Quote erfüllt (WISO, ARD-Ratgeber Börse). Plusminus, die Wirtschaftssendung der ARD, erweitert die Palette noch am ehesten um wirtschaftspolitische Themen. Fast alle dritten Programme haben auf Nutzwert getrimmte Sendungen. Sie überschreiten allerdings dort eine Grenze, wo Redaktionen Kaufempfehlungen für einzelne Aktien geben. Ein solcher werblicher und Gleichbehandlungsgrundsätze tangierender „Service“ sollte im öffentlich-rechtlichen Programm keinen Platz haben.

Die privaten Sender profilieren sich bei Verbrauchersendungen mit Life-style und zielen mit ihren unterhaltenden Wirtschaftssendungen wie money Trend (RTL) und BIZZ (Pro7) auf die Gruppe der kaufkräftigen jungen Aufsteiger. money Trend erreicht mit 1,7 Millionen Zuschauer immerhin gut die Hälfte der Zuschauer von WISO. RTL strahlte das Magazin jedoch nicht regelmäßig aus. SAT1 verzichtet sogar ganz auf ein eigenes Wirtschaftsmagazin. In kleineren Sendern findet Wirtschaft - selbst wenn sie als Vollprogramm lizenziert sind wie RTL II, Kabel und Vox - kaum statt.

Dieses Ausblenden wirtschaftlicher Information ist auf Dauer für eine Gesellschaft gefährlich, weil es dazu führt, dass ein nicht geringer Teil der Bürger wirtschaftliche Zusammenhänge nicht mehr versteht. Gerade das Fernsehen hat insofern eine auch durch andere Medien kaum zu ersetzende Funktion. Es ist ein Leitmedium mit Informations- und Unterhaltungsfunktion.

Nach der jüngsten ARD/ZDF-Langzeitstudie vermitteln nur die öffentlich-rechtlichen Programme politische Information sowie gesellschaftliche und kulturelle Werte. Zum gleichen Schluss muss man bei wirtschaftlichen Informationen kommen. Allerdings erreichen die öffentlich-rechtlichen Sender nur einen Teil der Bürger. Gerade die jüngeren Zuschauer sind zu den privaten Programmen abgewandert.

Fragt man junge Leute nach alltäglichen Begriffen, die ihr Leben bestimmen, ergeben sich große Defizite. Noch nicht einmal jeder Zweite der 17- bis 27-Jährigen kann mit dem Begriff „Globalisierung“ etwas anfangen. Bei Fragen nach „Lohnnebenkostensenkung“, „Preisbildung“ oder „Aktienkursentwicklung“ werden die Antworten sehr vage. Diese Ergebnisse, von der Universität Koblenz ermittelt (Klein/Meißner, Wirtschaft im Kopf 1999), sind bedenklich, weil das abgefragte Vokabular tagtäglich in den Medien verwendet wird. Wenn aber wirtschaftliche Informationen an vielen Bürgern vorbeirauschen, steigt die Gefahr, dass die Menschen unser Wirtschaftssystem nicht verstehen, es für eigene Probleme verantwortlich machen und im Ergebnis sogar ablehnen.

Tatsächlich sinkt die Zustimmung zur sozialen Marktwirtschaft. Im Westen bejahen nur 47 Prozent der Befragten unsere Wirtschaftsordnung; sechs Jahre zuvor sind es noch 57 Prozent gewesen. In den östlichen Bundesländern ist der Wert nach der Wende immer weiter abgerutscht: Nur noch jeder Vierte beurteilt das Wirtschaftssystem positiv, wie eine Allensbach-Studie im Auftrag des Instituts der deutschen Wirtschaft im März 2000 ergab.

Erfreulicher ist dagegen der beobachtete Trend, dass moderierte öffentlich-rechtliche Nachrichtensendungen wirtschaftlichen Phänomenen häufiger auf den Grund gehen. Auch hierfür gibt es im laufenden Wettbewerb gute Beispiele. Besonders das „heute journal“ und die „Tagesthemen“ leisten insoweit wertvolle Arbeit. Auch die vom Hessischen Rundfunk verantwortete Börsensendung unmittelbar von der „Tagesschau“ ist eine Bereicherung, weil sie Hintergründe der Kursentwicklung erläutert. Neben der Deutschen Welle liefert auch Phoenix ein breites Angebot wirt-

schaftlicher Themen. Auffällig ist, dass eine Reihe Autoren das Thema Einwanderung / demographischer Wandel sehr früh und informativ aufgriffen – vielleicht weil die Politik noch nicht eindeutig Stellung bezogen hatte und daher der Blick auf wirtschaftliche Folgen möglich war. Bei den Privatsendern ragen Beiträge aus dem Programm von n-tv heraus. n-tv bemüht sich sogar mit Talkshows, Quizsendungen und Shows, Wirtschaft für ein informiertes Publikum unterhaltend zu inszenieren.

Die den Ernst-Schneider-Preis tragenden IHKs appellieren angesichts der Entwicklung der Wirtschaftsberichterstattung an die Programmverantwortlichen der öffentlich-rechtlichen Sender,

- mehr kritisch-analytische Beiträge über die Probleme ins Programm zu nehmen, die unsere Wirtschaft und damit unsere Gesellschaft betreffen. Nach Einschätzung der IHKs entwickelt sich die Wirtschaft durch globale Einflüsse und die rasant fortschreitende Computerisierung so rasch, dass sie den Bürgern täglich neu erklärt werden muss. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat eine besondere Verantwortung, Hintergründe und Zusammenhänge unserer sozialen Marktwirtschaft einer breiten Bevölkerung nahe zu bringen;
- zusätzliche Sendeplätze für Analysen, Features, Dokumentationen und Wirtschaftsreportagen zu schaffen,
- in den Wirtschaftsmagazinen nicht nur Nutzwert- und Verbrauchertemen sondern auch ordnungspolitische Themen aufzugreifen,
- Autoren zu fördern, die sich investigativen Recherchethemen widmen,
- ausreichende Mittel zur Verfügung zu stellen, um die Themen der Wirtschaft ideenreich und wenn nötig aufwändig umzusetzen,
- im Hörfunk eine Kultur der Wirtschaftsberichterstattung zu etablieren und mehr Sendeplätze für Analysen, Features und Reportagen zur Verfügung zu stellen; kulturelle Themen haben im Verhältnis zur Wirtschaft ein deutliches Übergewicht.
- An die großen privaten Fernsehsender richtet sich die Bitte, den im Rundfunkstaatsvertrag aufgestellten Grundsätzen Rechnung zu tragen und ihren Informationspflichten zu genügen. Dazu gehören bei den Vollprogrammen regelmäßige Wirtschaftssendungen.