



Die Schere geht auseinander

Die Entwicklung der Wirtschaftsberichterstattung in Hörfunk und Fernsehen im Jahr 2003

Die wirtschaftliche Stagnation und die damit einhergehenden rückläufigen Werbeeinnahmen hinterlassen Spuren im Programm: Private Sender reduzieren ihre Wirtschaftsberichterstattung und überlassen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk das Feld. Eine problematische Entwicklung für beide Seiten.

Der Bundestagswahlkampf vom Herbst 2002 hat wirtschaftliche Themen talkshow-fähig gemacht. Politiker streiten über Gesundheitskosten, Rentensysteme und die Höhe der Lohnnebenkosten. Die Staatsverschuldung ist der ARD eine Sondersendung wert. Magazine behandeln das Vorziehen der nächsten Stufe der Steuerreform, die neuen 400-Euro-Jobs und das Absenken der Mindestverzinsung von Lebensversicherungen. Insgesamt wächst der Stellenwert wirtschaftlicher Themen - für den Staat wie für den Einzelnen, der zunehmend mehr finanzielle Fragen entscheiden muss.

Doch nicht überall wird so viel berichtet wie im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Die Presse entlässt Wirtschaftsjournalisten und kürzt Etats, weil die Werbeeinnahmen sich nicht erholen. Privat betriebene Hörfunksender wie das FAZ Business-Radio schließen. Private TV-Nachrichtensender dünnen ihr Programm aus und suchen, wie das defizitäre n-tv, Synergien mit RTL oder nehmen, wie N 24, Dokumentationen ins Programm, die preiswerter als recherchierte Wirtschaftsthemen sind und zudem eine höhere Einschaltquote versprechen.

Obwohl die Themen immer komplexer werden (Wer vermag den Nutzen einer „Rieser-Rente“ zu beurteilen, wer die Voraussetzungen einer „Ich-AG“?) und Journalisten daher deutlich mehr erklären müssten, verringern sich dazu insgesamt die Möglichkeiten. Dadurch nimmt die Vielfalt ab. Die Berichterstattung über wirtschaftlich relevante Themen konzentriert sich in Fernsehen und Hörfunk auf öffentlich-rechtliche Medien. Eine schwierige Balance: Unterhaltung steht immer deutlicher in Konkurrenz zur Vermittlung von Inhalten. Die Nutzer privater Medien nehmen noch weniger wirtschaftliche Informationen als ohnehin schon auf, während die Anbieter von Wirtschaftsprogrammen sich einem steigenden Quotendruck ausgesetzt sehen.



1. Fernsehen

Dieser Konzentrationsprozess spiegelt sich auch beim 32. Wettbewerb um den Ernst-Schneider-Preis. **Private Sender** reichten 34 der 200 Fernsehbeiträge ein. Von diesen wurde nur der Zweiteiler „Jobs auf Zeit“ (RTL) für die Schlussjury nominiert, weil er frisch und unideologisch das Thema Zeitarbeit angeht. n-tv unterstrich seine Kompetenz bei Talkshows und fand mit dem siebenteiligen „Wirtschaftsduell“ einen interessanten neuen Ansatz, den Wählern Entscheidungshilfe zu geben. Darüber hinaus boten die Beiträge privater Sender wenig Herausragendes und Neues. Ist alles ein Quotenproblem? Der Marktführer RTL hat im vergangenen Jahr gezeigt, dass politische Dokumentationen wie Portraits deutscher Kanzler zielgruppengerecht aufbereitet werden können. Und warum sollten spannend gemachte wirtschaftliche Stücke nicht auch auf privat betriebenen Kanälen ihr Publikum finden?

Öffentlich-rechtliche Sender zeigen, wie das gelingen kann. Der SWR durchleuchtete in „Die Immobilienfalle“ die skandalumhüllte Wohnungsfinanzierung einer Bank, von der 108.000 Kunden betroffen sind. „Der unsichtbare Dritte“ (WDR) zeigt Hintergründe der Mannesmann-Übernahme durch Vodafone. Spannend ist auch das mutig inszenierte Feature „Die blutige Spur der Diamanten“, in dem Autoren des SWR der Nachweis gelingt, dass afrikanische Konfliktdiamanten unter Umgehung von UN-Sanktionen auf den europäischen Markt gelangen. Wie weit die Globalisierung in den Alltag eingreift, belegt das ZDF in einer Reportage über den größten Blumenmarkt der Welt im holländischen Aalsmeer: Dort, wo täglich 19 Millionen Blumen aus aller Welt umgeschlagen werden, beginnen die Händler polnisch zu lernen, weil sich im Osten ein neuer Markt entwickelt.

Diese Beiträge machen wirtschaftliche Zusammenhänge klar und erzielen hohe Einschaltquoten. Ein weiteres gutes Beispiel ist die NDR-Reihe „Lebensträume“, die anhand der Portraits von Borgward, Neckermann, Jahn und Porst nicht nur Nachkriegsgeschichte erzählt, sondern auch tiefe Einblicke in Aufstieg und Scheitern von Unter-



nehmern bietet. Dank der Qualität dieser Stücke stammen in diesem Jahr die meisten von den Jurys als auszeichnungswürdig eingestufte Fernsehbeiträge vom NDR (9) und vom WDR (10).

Die Magazine entwickeln sich weiter auseinander. Das beste Beispiel dafür ist das von ProSieben verantwortete Wirtschaftsmagazin „Bizz“, das das einzige Wirtschaftsmagazin eines privaten Vollprogramms ist, das ganzjährig ausgestrahlt wird. „Bizz“ schürt Emotionen mit Glamour und Bedrohung. Jede Sendung kreist um Luxus, Reichtum und Karriere - nicht ohne einen Blick auf kriminelle Machenschaften zu werfen. Bei dieser Themenauswahl spielen weder die Tagespolitik noch die wirtschaftlichen Belange durchschnittlicher Zuschauer eine Rolle.

Die öffentlich-rechtlichen Magazine haben ein anderes Profil. Neben Tests und Tipps haben hier auch wirtschaftspolitische Themen Platz. Positive Beispiele sind das Politikmagazin „Fakt“ des MDR, das über Auswüchse der ABM-Bürokratie berichtete, die einen ostdeutschen Gartenbaubetrieb trotz Auslastung zwingen, Mitarbeiter zu entlassen und für sie ABM-Kräfte einzustellen, um öffentlichen Aufträge nicht zu verlieren. Wirtschaftliche Zusammenhänge bringt auch die Serie „Einfach Ederer“ („Fakt“) auf den Punkt, ebenso das Einstiegsthema von „Wiso“ (ZDF). Auch „Saldo“ (2002 vom SWR eingestellt), stand dafür und natürlich „Plusminus“, die Wirtschaftssendung der ARD, die aber immer in Gefahr ist, wegen Fußball, Karneval oder Wahlen aus dem Programm genommen zu werden. Die von sieben ARD-Redaktionen bestückte Sendung „Plusminus“ hat sich im vergangenen Jahr auf ein einheitliches Konzept geeinigt. Danach hat jede Sendung mindestens *ein* wirtschafts- bzw. sozialpolitisches Thema. An diesem bescheidenen Fortschritt wird deutlich, wie schwer es allerdings auch dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk fällt, den Zuschauern wirtschaftliche Zusammenhänge zu vermitteln.

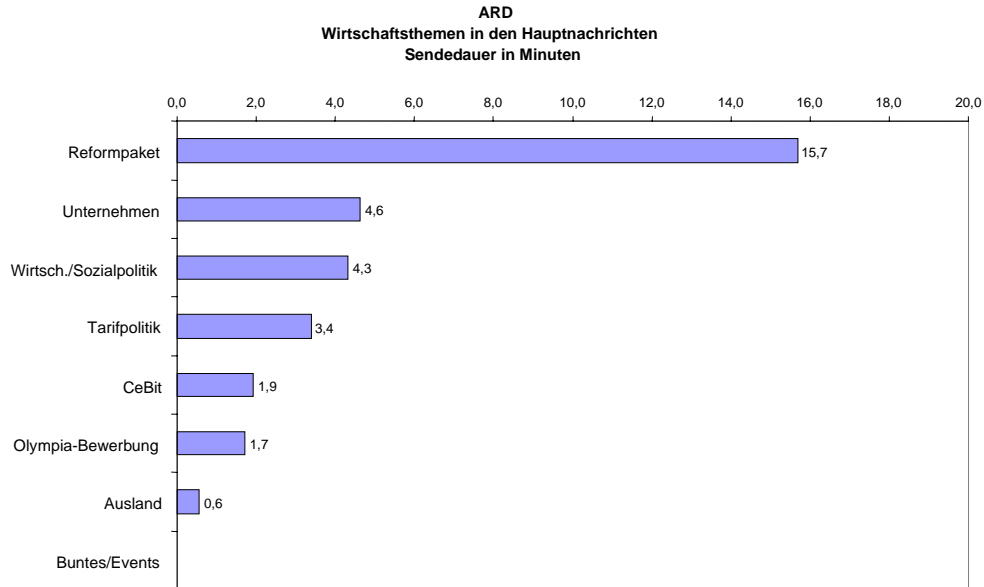
Begrüßenswert wäre, wenn regionale Wirtschaftsmagazine wie „markt“ (WDR) oder „Infomarkt“ (SWR) im Sommer nicht zwei Monate aus dem Programm genommen werden. Weder ist die Wirtschaft in dieser Zeit in Ferien, noch die Erwartung der Zuschauer auf qualifizierte Berichterstattung reduziert. An die Adresse der Autoren richten Juroren die Wünsche: bessere Erzählideen, mehr Emotion und mehr Stilmittel in der Umsetzung der Themen. Beiträge wie das stille Weihnachtsstück „Dritte Welt“ (WDR), „Umsteuern“, ein „Dia-Vortrag“ zur rot-grünen Wirtschaftspolitik (NDR),



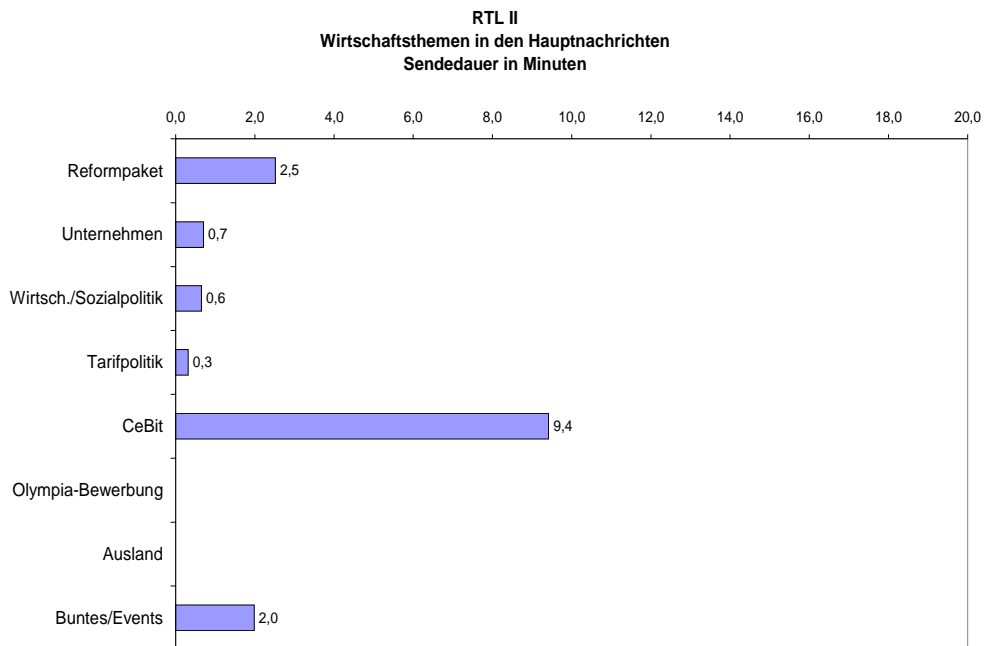
oder der Beitrag des MDR über die misslungene Stromliberalisierung erzielten auch dank ihrer Bildideen und überzeugenden Zwischentöne hohe Bewertungen.

Während die Wirtschaftsberichterstattung in den Hauptnachrichtensendungen von ARD und ZDF gut ist und sich sogar gegenüber 1990 gesteigert hat (IFEM-Studie, August 2003) gibt es bei einem Teil der privaten Vollprogramme deutliche Defizite. Gerade junge Zuschauer, die im Fokus der Zielgruppe dieser Sender stehen, werden kaum über wirtschaftliche Fakten und Zusammenhänge informiert. Wenn Privatsender berichten, dann tendenziell werblich, zum Beispiel über neue Computerspiele und Handymoden, während öffentlich-rechtliche Sender die Relevanz bei wirtschaftspolitischen Aspekten sehen.

Die Grafiken zeigen, wie unterschiedlich in der gleichen Woche die Berichterstattung über Wirtschaftsthemen bei der „Tagesschau“ und bei den „RTL 2 News“ aussehen kann. Die Länge der Balken gibt die Minuten an, die die Sender einem Themenkomplex widmen.



Untersuchungswoche: 10.-16. März 2003 - Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung



Untersuchungswoche: 10.-16. März 2003 - Quelle: IFEM Institut für empirische Medienforschung

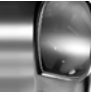
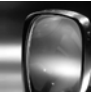


2. Hörfunk

Im Hörfunk wird der Kontrast noch deutlicher. Die Spanne zwischen Wortprogrammen des DeutschlandRadios oder der großen ARD-Sender und reinen Musiksendern ist beträchtlich. Insgesamt konkurrieren 63 ARD-Programme mit rund 200 Privatsendern, deren wirtschaftliches Informationsangebot nach dem Rückzug anspruchsvoller Angebote wie den FAZ Business-Radios bescheiden ist. Dieses Angebot wird vermutlich weiter abnehmen, weil „Liberalisierungen“ wie beim Hamburger Mediengesetz die Verpflichtung des einzelnen Senders zur Information weiter aushöhlen. In der Zuschauergunst legten die öffentlich-rechtlichen Sender leicht zu und erreichten etwas mehr Zuhörer als die privat betriebenen Sender.

Unter den eingereichten Beiträgen **privater** Veranstalter fanden die Juroren in diesem Jahr keine preisverdächtigen Stücke. Die privaten Sender unterschätzen nach unserer Ansicht die Relevanz der Wirtschaftsthemen für die Bürger und bemühen sich zu wenig, ihre regionale Verankerung zu nutzen, um wirtschaftliche Bezüge zielgruppen- und formatgerecht aufzubereiten.

Aber auch der **öffentlich-rechtliche** Hörfunk könnte seine Wirtschaftsberichterstattung verbessern. Dafür müssten die Wirtschaftsredaktionen mehr eigene Themen setzen. Das Programm ist, gemessen an den Möglichkeiten des Mediums, vielfach zu reaktiv. Bei vielen Sendern thematisiert nicht einmal jedes zehnte Feature wirtschaftliche Fragen. Die Aktualität der Feature (und noch mehr der nicht wirtschaftsbezogenen Stücke) ist oft nicht hoch, die Anzahl der Autoren überschaubar, die Handschrift der Regie nicht immer erkennbar. Das trifft auch auf einige der insgesamt hundert Beiträge des diesjährigen Wettbewerbs zu, bei denen die Juroren bemängelten, dass sie häufig dem Muster „O-Ton - Erzähler - O-Ton - Erzähler“ folgten. Dennoch wurden in diesem Jahr deutlich mehr bemerkenswerte Feature als in den Vorjahren produziert. Besonders viele hörensweite Stücke schrieben Autoren des DeutschlandRadios/Deutschlandfunks, des Bayerischen Rundfunks und des Westdeutsche Rundfunks; Serien wie die des HR „Hessische Firmen im Portrait“ vermittelten gute Einblicke in die Wirtschaftsgeschichte einer Region.



Die den Ernst-Schneider-Preis tragenden IHKs appellieren angesichts der abnehmenden Vielfalt von wirtschaftlichen Beiträgen in Hörfunk und Fernsehen an die Programmverantwortlichen

- wirtschaftlichen Zusammenhängen entsprechend ihrer wachsenden Bedeutung im Alltag im Programm einen größeren Stellenwert einzuräumen
- die Balance zwischen Wirtschaftsbeiträgen und Verbraucherstücken zu überprüfen und
- Nachwuchsautoren systematisch zu fördern.