



Schwerpunkte und Thementage machen das Fernsehen aktueller

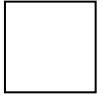
Stellungnahme des Ernst-Schneider-Preis der IHKs zur Wirtschaftsberichterstattung

Ansichten und Werturteile der Menschen sind in Bewegung geraten: Die Einstellung zur Energieerzeugung, zur europäischen Währung, zum Staatshandeln, seinen Infrastrukturprojekten wie Stuttgart 21, seiner wachsenden Verschuldung - vieles verändert sich in diesen Tagen. Und das meiste hat unmittelbare wirtschaftliche Konsequenzen. Mobile Medien und soziale Netzwerke beschleunigen die Kommunikation. Klassische Medien reflektieren die Entwicklung, bieten Informationen und helfen komplexe Vorgänge wie die Finanzmarktkrise besser zu verstehen. Dabei fällt auf, dass die großen Medien mehr Anstrengungen als früher unternehmen, um den Menschen wirtschaftliche Zusammenhänge zu erklären. Fernsehen und Hörfunk haben Schwerpunkte und Thementage in ihr Programm genommen. In den vergangenen zwölf Monaten sind zudem neue Formate zur Vermittlung wirtschaftlicher Zusammenhänge entwickelt und mit Erfolg realisiert worden.

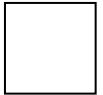
Die vorliegende Stellungnahme zur Entwicklung der Wirtschaftsberichterstattung stützt sich auf Studien, Medienbeobachtung und die Auswertung von über tausend Wirtschaftsbeiträgen, die zum Ernst-Schneider-Preis, der seit 40 Jahren von den Industrie- und Handelskammern gestiftet wird, eingereicht wurden.

1. Fernsehen

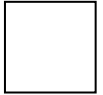
Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist aktueller geworden. Die im Vorjahr geäußerte Kritik, dass die Sender tagesaktuell zu wenig auf wirtschaftliche Ereignisse reagieren, trifft nicht mehr zu. Speziell zum Euro sind unter dem Stichwort Griechenlandkrise eine Reihe von Sonder-sendungen ausgestrahlt worden, zum Beispiel der 45-minütige „ARD-Brennpunkt“ von WDR und BR am 16. Mai, „Ist der Euro noch zu retten?“ oder der thematische Schwerpunkt zur Finanzkrise in Griechenland in der Woche vom 20. bis zum 24. Juni 2011. Die ARD schickte in dieser Woche die Moderatoren von „Tagesthemen“ und „Morgenmagazin“ auf Europa-Tour, das „Mittagsmagazin“ sendete live aus Griechenland, auch „report München“ war mit einer monothematischen Ausgabe live in Athen.



Die programmliche Flexibilität ist begrüßenswert. Sie berücksichtigt, wie stark ökonomische Ereignisse den Lauf der Gesellschaft beeinflussen und Handlungsmöglichkeiten sowie Freiräume der Menschen bestimmen. Phoenix trägt dem besonders Rechnung. Auch das ZDF bewegt sich in diese Richtung. Es gibt wirtschaftlichen Themen in seiner neuen „Selbstverpflichtung“ einen hohen Stellenwert, der sich im gesamten Programm widerspiegeln soll.



Schaut man sich die Sendungen an, bleibt trotz Respekts vor der beachtlichen Leistung ein durchwachsender Eindruck. Das Fernsehen erzählt beeindruckende Geschichten, es findet ergreifende Bilder, vermittelt aber nicht in gleichem Maße Erkenntnisse. Selbst aufmerksamen Zuschauer gelingt es in der Sonderberichterstattung kaum, Ursachen der Krise zu verstehen und Folgen der Entwicklung einzuschätzen.

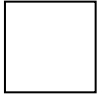


Das könnte mit der Struktur der Beiträge zusammenhängen. Die meisten Berichte bleiben deskriptiv. Sie konzentrieren sich auf emotionale Orte („Wir sind in der griechischen Stadt Drama“), gut ausgewählte, krisenbetroffene Gesprächspartner und atmosphärische Bilder. Die Zuschauer blicken auf erschütternde Lebensumstände. Einzelaspekte der Finanzkrise werden schlaglichtartig erhellt. Dennoch lässt sich kaum ermessen, welche grundsätzliche, über das Beispiel hinaus gehende Bedeutung zum Beispiel Bürokratie oder Schattenwirtschaft für die wirtschaftlichen Probleme haben. Es ist wie bei einem Puzzle: Das genaue Betrachten der Einzelteile vermittelt nicht mehr als eine Ahnung vom Gesamtbild.

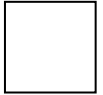
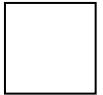
Zwar enthalten die Sondersendungen auch Erklärstücke, die Einsicht in Zusammenhänge geben sollen. Diese enden mit Formulierungen wie „Es ist eine Fahrt ins Ungewisse - nur ohne Fahrkarte“ oder „Der Kampf gegen die Euro-Schuldenkrise wird immer unübersichtlicher“ (report münchen). Den Autoren ist es kaum möglich ein anderes Resümee zu ziehen, weil diese Beiträge oft überfrachtet sind: Typischerweise kommen Experten, Politiker, Banker und Währungshüter zu Wort. Ihre Antworten liegen nicht nur auf unterschiedlich hohem Abstraktionsniveau, sondern stützen sich oft auf verschiedene Sprachbilder, was das Verständnis dieser ohnehin komplizierten Thematik zusätzlich erschwert. Die Aussagen der Akteure, die oft unterschiedliche Interessen verfolgen, bleiben viel zu häufig ohne Einordnung nebeneinander stehen. Autoren müssten bei Erklärstücken die Zuschauer mehr an die Hand nehmen, sich um einfache Sprache bemühen und Zusammenhänge deutlich machen. Dazu wären mehr eigenständige Ursachenrecherche und sachkundige Einordnung der Fakten nötig. Sie würden die Beiträge verbessern.

Seltsam mutet es an, wenn das Fernsehen in den Sondersendungen die Meinung der Zuschauer zum Gegenstand der Berichterstattung macht. Gefragt wurde, ob Griechenland langfristig auf das Geld anderer EU-Länder angewiesen sein wird und ob die deutsche Berichterstattung über die griechische Krise „gerecht“ sei. Solche Fragen lassen sich im Grunde nicht beantworten. Sie wirken selbstreferenziell. Die Interpretation der Antworten durch Meinungsforschungsinstitute erzeugt in diesem thematischen Umfeld den Anschein qualifizierter Zusatzinformation - leistet aber einer Boulevardisierung Vorschub.

Neben der Eurokrise gab es eine Reihe von wirtschaftsbezogenen Thementagen und Themenwochen. Diese sah man auch bei Spartensendern, die, wie zum Beispiel n-tv, einen hohen Anteil an aktueller Wirtschaftsberichterstattung haben: am 1.11. zur „Energie“ (n-tv), im



September vergangenen Jahres zur Finanznot der Kommunen (WDR), zur „Mobilität“ (ARD) oder „Sein oder Haben“ (3Sat). Diese Schwerpunkte sind sinnvoll, weil sie den Fokus für eine bestimmte Zeit auf relevante Entwicklungen richten. Die Programmplanung sollte daher regelmäßig gesellschaftlich wichtige Themen in attraktiver und populärer Form aufgreifen, möglichst dann, wenn die Probleme noch schlummern. Neben die ereignisgetriebene Wirtschaftsberichterstattung müsste künftig eine treten, die eher seismografische Funktion wahrnimmt. Damit könnte das Fernsehen gestützt auf sein Redaktionsnetz eigene Themen setzen und die Wächterrolle der Medien stärker wahrnehmen.



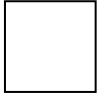
Plusminus, die Wirtschaftssendung des Ersten, hat sich inhaltlich gewandelt. Erfreulicherweise ist der Anteil wirtschaftspolitischer Beiträge gegenüber reinen Verbraucherbeiträgen insgesamt gestiegen. Der BR machte zum Beispiel eine monothematische Sendung zur Griechenlandkrise. Insgesamt gewann die Sendung an Relevanz. Das Wirtschaftsmagazin wandert Mitte September jedoch vom bewährten Dienstag auf den Mittwochabend. Auf dem neuen Sendeplatz droht Plusminus häufiger als in der Vergangenheit wegen Fußballübertragungen abgesetzt zu werden. Schon heute fällt Plusminus aus aktuellen Anlässen aus, z. B. wegen der Urteilsverkündung im Fall Kachelmann (31.5.2011) oder wegen Sportübertragungen. Leider verzichtet die ARD auch nach (!) Feiertagen auf ihre Wirtschaftssendung, zum Beispiel am 3. Januar, am Dienstag nach Ostern und am Dienstag nach Pfingsten. Überlegungen des Ersten, auf dem neuen Sendeplatz auch andere aktuelle Sendungen auszustrahlen, würden die renommierte Wirtschaftssendung zusätzlich beschädigen. Sie würden Anlass zu Spekulationen bieten, dass Quotenerwägungen eine Rolle spielten. Wünschenswert ist, dass die ARD bei Plusminus deutlich mehr Kontinuität herstellt und ihr Wirtschaftsmagazin mit ähnlichem Engagement pflegt wie einzelne Sender es mit ihren Politikmagazinen tun.

Auch „Wiso“, das Pendant vom ZDF, greift mehr wirtschaftspolitische Themen auf, bleibt aber von der Ausrichtung her ein Magazin, das die unmittelbaren Verbraucherinteressen in den Vordergrund rückt. Dennoch scheint bei den Wirtschaftsmagazinen die Welle der Tests ihren Höhepunkt überschritten zu haben. Zum Teil finden die Sender Ersatz. Der WDR hat zum Beispiel den „Scanner“ eingeführt. Dabei wird ein Produkt, z. B. Erdbeeren, umfassend auf Produktionsverfahren, Preis und Geschmack untersucht, sodass die Zuschauer über Herstellung, Qualität, Kosten und ökologische Aspekte eines Artikels informiert sind. Neuerdings macht der Sender auch Unternehmensstrategie-Checks und untersucht, ob eine Marke hält, was sie verspricht.

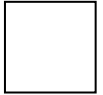
In den Hauptnachrichtensendungen hat die Wirtschaftsberichterstattung im vergangenen Jahr abgenommen (InfoMonitor, IFEM Institut). Die Veränderungen betreffen öffentlich-rechtliche Formate wie „Tagesschau“ und „heute journal“ und private Formate wie „RTL aktuell“ und „Sat.1-Nachrichten“. In der „Tagesschau“ sankt der Anteil der Wirtschaftsberichterstattung von 10 auf 6 Prozent, im „heute journal“ von 14 auf 9 Prozent. Die senderübergreifende Relevanzverlagerung scheint ihre Ursache in weniger dramatischen wirtschaftlichen Ereignissen, wie sie zum Beispiel die Banken- und Opelkrise im Jahr 2009 gebildet hatten, zu haben. Auf der anderen Seite berichteten alle Sender mehr über Unfälle und Katastrophen, was eher fragwürdig ist. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern verdoppelte sich der Anteil der Katastrophenberichterstattung und erreichte fast den Anteil der privaten Sender, die bei normalen Ereignislagen immer schon mehr über emotionsbesetzte Ereignisse berichteten.



Im Gesamtprogramm - die Gesprächssendungen eingeschlossen - wächst der Anteil von Wirtschaft. Auch im Wettbewerb um den Ernst-Schneider-Preis der IHKs sahen Juroren exzellente Beispiele. Hierzu zählen „Tödliche Fracht - Der weltweite Kampf gegen Medikamentenfälscher“, eine Gemeinschaftsproduktion von WDR, rbb und ARTE, „Schick aber schädlich - Kleidung, die krank macht“ (ARTE/NDR) „Nach dem Öl - Visionen am Golf“ (DW-TV) oder die Reportage „Ein Rheinländer trotz der Krise“ (ZDF).



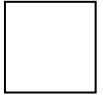
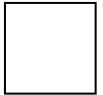
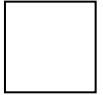
Das fiktionale Programm bietet noch ungenutzte Möglichkeiten wirtschaftliche Themen aufzugreifen. Wie spannend und klischeefrei der Blick in die Unternehmenswelt sein kann, zeigte die im vergangenen Jahr ausgezeichnete Produktion „Frau Böhm sagt Nein“ mit Senta Berger. Wünschenswert wäre darüber hinaus, wenn anspruchsvolle Produktionen nicht erst in der Nacht gesendet würden. Die Dokumentationen der ARD laufen nicht mehr montags um 21.00 Uhr, sondern mittwochs ab 23.30 Uhr. Das ist den meisten Zuschauern zu spät; es unterläuft fast schon den Bildungsauftrag des Fernsehens. Zu häufig scheinen Programmplaner an die Quote zu denken, wenn sie schreiben: „Wegen mangelnder Akzeptanz hat sich das aktuelle Bespielungsverfahren nicht bewährt und konnte nicht fortgeführt werden“ (Bericht der ARD 2009/2010).



Immerhin, in jüngster Zeit fielen neue Ansätze auf, wirtschaftliche Zusammenhänge zu vermitteln:

- Der SWR startete das Projekt „Klasse8.com“, in dem eine 8. Hauptschulklasse eine eigene Firma gründet, die ein Jahr lang Unterrichtsgegenstand ist.
- Das ZDF sendet monothematische „auslandsjournale“ mit wirtschaftlichem Schwerpunkt.
- Der SWR konzipierte mit „kuck!kuck“ ein unterhaltsames Erfinderformat, das regionale, technische Entwicklungen und ihre wirtschaftliche Bedeutung zeigt.
- ZDFneo entwickelte die Dokusoap „Start me up - Die Existenzgründer“.
- 3sat stellt mit dem Wirtschaftsmagazin „makro“ Zusammenhänge von Ökonomie und Gesellschaft her.
- Arte, NDR, rbb, WDR produzierten sorgfältige Dokumentationen über Familiendynastien wie Thyssen, Flick oder Oetker, die bewegende Unternehmerschicksale erzählen.

Auch die großen Privatsender finden Wege, Wirtschaft in ihr Programm zu integrieren. Am weitesten geht Vox, das mit großer Samstag-Dokumentation den ganzen Abend füllt. Herausragend waren die „Porsche-Saga“ und „2010 - Aufbruch in ein neues Jahrtausend“. RTL hat mit der Doku-Reihe „Undercover Boss“ gleich mit der ersten Folge den Tagessieg in der Einschaltquote geholt. 6,2 Millionen Menschen sahen, wie eine Führungskraft das eigene Unternehmen inkognito als Berufseinsteiger kennenlernte. Spannung ergab sich aus dem Perspektivwechsel der Protagonisten und der Reflexion betriebswirtschaftlicher Vorgänge und zwischenmenschlicher Begegnungen. „Rach's Restaurantschule“ (RTL) ist ebenfalls ein gelungener Versuch, wirtschaftliche Themen in die Fernsehunterhaltung zu integrieren. Die mit dem Sternekoch Christian Rach realisierte Reality-Doku begleitete zwölf Praktikanten bei ihrem Weg in den Gastronomieberuf. Die Beiträge thematisierten allgemeine Berufsanforderungen und die Voraussetzungen einer Unternehmensgründung.



2. Hörfunk

Täglich hören 58 Millionen Menschen Radio, jeder von ihnen im Schnitt vier Stunden, und trotz des Internet-Hypes sind die Zahlen konstant. Das Radio schafft sogar - besser als Print - den Sprung ins Web. Das Erlösmodell des (Privat-)Radios ist intakt, die Abrufzahlen per Podcast selbst für lange Features sind mitunter fünfstellig.

Viele dieser Sendungen informieren über wirtschaftliche Hintergründe, einige bieten Informationen, die andere Medien nicht liefern. Im Wettbewerb um den Ernst-Schneider-Preis fiel den Juroren zum Beispiel ein WDR-Feature auf, das über permanente radioaktive Probleme der Öl- und Gasindustrie informierte - eine Geschichte, die, wäre sie von einem großen gedruckten Wochenmagazin publiziert worden, für Schlagzeilen gesorgt hätte. Ein anderes Feature spürte Zusammenhänge zwischen der Schweiz, wo eine Gruppe vermöglicher Griechen lebt, und der Finanzkrise des Eurolandes auf.

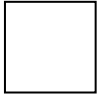
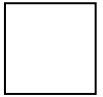
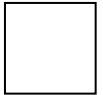
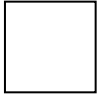
Auch in diesem Jahr zeigte sich, dass manches Feature ausgetretene Wege verließ und neue Blickwinkel auf wirtschaftspolitische Fragestellungen warf. „Was bin ich wert? - Eine Preisermittlung“ (SWR) geht zum Beispiel der Frage nach, welche Kosten mit dem Lebenserhalt eines Menschen verbunden sind und wie diese - auch medizinisch - gewichtet werden dürfen. „Ein Märchen aus Bangladesch. Mikrokredite gegen Armut“ (DLF) widerlegte die vermeintliche Erfolgsgeschichte des Nobelpreisträger Muhammad Yunus. In „Carbon - Das schwarze Gold aus Schwaben“ informierte der BR über die neue Carbonfasertechnologie, die Flugzeugbauer und Hersteller von Windkraftanlagen interessiert. „Das Abrüstungsexperiment. Waffen zu Strom“ (DLF) war ein weiteres technikaffines Stück, das russische Pläne vorstellt, waffenfähiges Plutonium in Schnellen Brütern als Brennstoff zu verwenden. Diese Beispiele zeigen, wie thematisch breit das Radioangebot ist, das von vielen freien Autoren getragen wird, und sie belegen, dass die Ausgaben für die Wortproduktionen gut angelegtes Geld sind, nicht zuletzt weil die Sendeminute im Radio verglichen mit dem Fernsehen um ein Vielfaches niedriger liegt.

Insgesamt scheint der Informationsanteil des Radios eher zu steigen als zu sinken. Auch die Hörer privater Radios erwarten zwischen den Musiktiteln Wortbeiträge.

Die ARD-Anstalten betreiben erfolgreiche Infokanäle, zum Teil allerdings mit dünner Personaldecke. In einer ARD-Infowelle macht nur ein Festangestellter mit freien Mitarbeitern das Wirtschaftsprogramm. Die Sportredaktion und auch die Redaktion Kirche sind in der Welle personell besser ausgestattet als die Wirtschaft.

Neuland zwischen Radio und Internet hat das DeutschlandRadio betreten, das mit Dradio Wissen ein ambitioniertes Informationsprogramm für ein jüngeres Publikum anbietet.

Auch im Radio gab es in den vergangenen Monaten Schwerpunkte. 1Live berichtete zum Beispiel über die Erfahrungen von zehn jungen Menschen, die sich 2003 selbstständig gemacht haben, „Funkhaus Europa“ (WDR /rbb) machte eine Wochenserie zu Hartz IV, WDR 5 einen Thementag zur Finanznot der Kommunen. Titel: „Wer rettet meine Stadt?“



3. Print

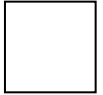
„Was Vietnam, RAF, Kalter Krieg für unsere Eltern war, ist für uns Börse, Staatsverschuldung, Finanzspekulation“, schreibt Marc Schürmann in „Neon“ und plädiert dafür, dass sich jeder mit Wirtschaft befassen sollte. Immerhin vermittelt das Lesen der Wirtschaftsbeiträge zurzeit Aufbruchsstimmung. Die Krisenberichte gehören - jedenfalls was die deutsche Wirtschaft betrifft - der Vergangenheit an. Dank der Presse wissen wir, wo der „Schraubenbuckel“ liegt, jener entlegene Heuberg in Baden-Württemberg, auf dem 600 Drehereien als Vorlieferanten der Kfz-Branche arbeiten. Und dort brummt es seit 2010 wieder, die Konjunktur läuft, ein neuer Wirtschaftsindikator ist gefunden.

Kaum ein Thema, dass Zeitungen und Zeitschriften nicht in herausragender Weise aufgegriffen haben: Die Welt am Sonntag analysierte in einer vierteiligen Griechenland-Serie beispielhaft die Ursachen des griechischen Staatsdilemmas, in dem sie Parteienwirtschaft, Monopole und Rüstungsausgaben vor Ort recherchierte. Eine investigative Spiegel-Geschichte über Aldi „Geheimnisse eines Clans“ zeichnete Veränderungen in der Struktur des Einzelhandels auf. Ein Portrait des umstrittenen Unternehmers Lars Windhorst bot Einblicke in Private Equity-Geschäfte („Der Extremist“, Handelsblatt). „Die Ausputzerin“ bewies, dass das Reinigungsgewerbe den Hintergrund einer faszinierenden Geschichte abgeben kann (SZ Magazin). brand eins stellte den „Ladymacher“ vor, einen Unternehmer, der nur Frauen einstellt. Das Magazin bereicherte die Wirtschaftsberichterstattung zudem um eine Innovation: In einer Randspalte eines Portraits bewerteten Psychologen die im Artikel beschriebenen Maximen einer Unternehmensphilosophie auf ihre Praxistauglichkeit („Freunde müsst ihr sein“).

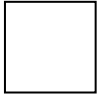
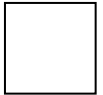
Die Printmedien spürten Stoffe auf und sie setzten Themen: Geo und Spiegel schilderten den Emissionshandel, das Geschäft mit CO₂-Projekten, als das größte wirtschaftliche Experiment seit dem Ende des Sozialismus. Impulse wandte sich den Rohstoffen in „Metalle bald alle“ zu, der Spiegel desillusionierte grüne Träume mit einem Artikel über die Perspektiven der Kohle in „Die Zukunft ist schwarz“. Die Financial Times Deutschland erklärte die Solarbranche in „Die Sonnenkrieger“ und Capital die „Pflegefall(e)“. Der Zeit kommt das Verdienst zu, in „Deutschlands gefährlichste Straße“ die Folgen einer Verpachtung von Autobahnen an private Firmen aufgearbeitet zu haben. Und der Welt am Sonntag gelang der Scoop, an einer Vorstandssitzung der Deutschen Bahn teilzunehmen, in der das Krisenmanagement des Konzerns erlebbar wird „Inside Deutsche Bahn: Wie der Konzern mit dem Schnee kämpft“.

Unter den Serienideen fiel die Süddeutsche Zeitung auf, die unter dem Titel „Urlaub für die Wirtschaft“ zeigte, wie Staaten Strukturpolitik für den Tourismus machen. Das Handelsblatt schrieb die Serie „Deutschland umgeschminkt“, in dem die Lage der Nation kritisch hinterfragt und Vorschläge zum Schuldenabbau sowie zum Infrastrukturausbau gemacht wurden. „Länderanalysen 2010“ nannte das Handelsblatt eine weitere Serie, in der es das Geschäftsmodell eines Landes, seine Rolle und seine globalen Chancen analysierte.

Auch kleine Regionalzeitungen wie die „Ludwigsburger Kreiszeitung“ beeindruckten mit Serien zu Behindertenwerkstätten oder zur wirtschaftlichen Nutzung der Nordsee (Schleswig-Holsteiner Zeitungsverlag). Solche Leistungen sind um so höher einzuschätzen, weil nicht wenige



lokale Blätter dünne Personaldecken haben und zum Teil in veränderten Abläufen wie mit dem Newsdesk arbeiten, bei denen weniger Zeit für Recherchen verbleibt. Während die regionale Berichterstattung mancherorts oberflächlicher wird, haben einzelne Regionalzeitungen, zum Beispiel die Braunschweiger Zeitung und der Weser Kurier, trotz sinkender Auflagen und einem schwierigen Anzeigengeschäft die Wirtschaftsberichterstattung sogar ausgeweitet.



4. Internet

Die selbstverordnete „Pause“ des Debattenblogs „Carta“ ist kennzeichnend für die Finanzierungsprobleme des Journalismus im Web. Dies trifft besonders für Neugründungen zu, aber auch etablierte Marken suchen nach Erlösmodellen. Inwieweit die Apps die Hoffnungen der Printtitel erfüllen können, muss sich noch zeigen.

Auf den erstmals ausgeschriebenen Onlinepreis des Ernst-Schneider-Preises sind eine Reihe bemerkenswerter Einreichungen eingegangen. Sie nutzen die Möglichkeiten des Internets und bieten den Nutzern innovative Darstellungen und Verknüpfungen wirtschaftlicher Inhalte. Darunter ist der Videoblog des Ressortleiters Wirtschaft der Süddeutschen Zeitung „Summa summarum - Korrekturen eines Marktwirtschaftlers“, „11 Wall Street“, die ebenfalls wöchentliche Kolumne des New Yorker Spiegel-Korrespondenten oder, auch auf spiegelonline, eine Serie zur Staatsverschuldung mit Grafiken und weiterführenden Links.

Große Web-Anbieter wie n-tv rüsten im Netz weiter auf. Der Nachrichtensender vertreibt eine App mit eigener Wirtschaftsrubrik. Im Börsen-Blog der ARD-Börsenredaktion findet man Text-, Audio- und Videobeiträge und auch vertiefende Informationen, die auf das Web zugeschnitten sind: Die Geschichte der Weltwirtschaftskrisen „Krisen, Crashes & Chaos“ oder ein grafikgestütztes Angebot „Wie Wirtschaft wirkt“.

Dank des Speicherplatzes eignet sich das Medium gut für Lernangebote. Der SWR hat mit „Mona Monete und die Welt der Wirtschaft“ ein interaktives Lern- und Spielangebot mit Fernsehbeiträgen und Arbeitsblättern für den Unterricht erstellt. Darüber hinaus werden Wirtschaftsbeiträge von Printhäusern nur online gestellt, darunter spitze Kommentare zu wirtschaftlichen Ereignissen. Auch die Boulevardmedien setzen auf Wirtschaft und bieten ihren Lesern im Netz vielfach mehr Informationen als in den Printtiteln an.