



Die Krise fordert mehr Erklärung

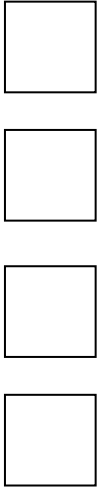
Stellungnahme des Ernst-Schneider-Preis der IHKs zur Wirtschaftsberichterstattung

Der Stellenwert der Wirtschaftsberichterstattung sollte überprüft werden. Die europäische Schulden- und Bankenkrise legt das nahe. Die Krise führt vor Augen, wie Menschen auf ökonomische Gesetze reagieren. Sie enthüllt, ob Bürger über wirtschaftliche Zusammenhänge informiert sind und diese einordnen können. Deutlich wird das an entscheidenden Fragen: Erkennen Bürger, wenn ein Staat über seine Verhältnisse lebt? Verstehen sie Ursachen und Auswirkungen der Krise? Sehen Sie Verantwortung, auch eigene Verantwortung, oder machen sie fremde Kräfte wie die Globalisierung oder den Internationalen Währungsfonds für die Misere verantwortlich? In Europa geht es um mehr als den Euro, in einigen Ländern steht das politische System auf dem Spiel. Das „Movimento 5 Stelle“ in Italien, Linksradikale in Griechenland oder der Front National in Frankreich haben Zulauf. Diese Gruppierungen ignorieren weitgehend wirtschaftliche Regeln.

Eine vergleichbare Entwicklung in Deutschland sollte verhindert werden. Vor dem Hintergrund der gesellschaftspolitischen Bedeutung der Wirtschaftsberichterstattung verdient daher die journalistische Aufarbeitung wirtschaftlichen Geschehens mehr Augenmerk. Wirtschaftsberichterstattung ermöglicht Verständnis und trägt zur öffentlichen Willensbildung bei. Insofern sollten die auf einen gesellschaftlichen Auftrag verpflichteten Fernseh- und Hörfunksender dem Vermitteln wirtschaftlicher Ereignisse eine besondere Bedeutung beimessen.

Wirtschaftsberichterstattung ist dann gut, wenn sie staatliches und unternehmerisches Handeln kontinuierlich kritisch begleitet. Diese Verantwortung tragen in erster Linie aktuell arbeitende Journalisten; aber auch Autoren, die in Unterhaltungssendungen das Bild der Wirtschaft in den Köpfen prägen, sollten sich ihres Einflusses bewusst sein.

Die vorliegende Stellungnahme zur Entwicklung der Wirtschaftsberichterstattung stützt sich auf Studien, Medienbeobachtung, eigene Umfragen und die Auswertung von über tausend Wirtschaftsbeiträgen, die zum Ernst-Schneider-Preis, der seit 41 Jahren von den Industrie- und Handelskammern gestiftet wird, eingereicht wurden.



I. Fernsehen

Mit dem „Markencheck“ fand das Fernsehen einen anderen Zugang zu wirtschaftlichen Themen. Die Sendungen stellen große und bekannte Marken wie Ikea, McDonalds, Aral oder Aldi vor und durchleuchten ihre Konsumenten-Versprechen. Dieser neue und durchweg spannende Ansatz überzeugte viele Zuschauer - erfreulicherweise auch junge Leute. Das vom WDR entwickelte Format zeigt, dass sich mit Wirtschaftsthemen Quote erzielen lässt. Den „ALDI-Check“ sahen 1,3 Millionen Menschen im dritten Programm - eine Quote von 20 Prozent. Die Serie wurde ins Erste übernommen und erreichte dort bis zu sechs Millionen Zuschauer.

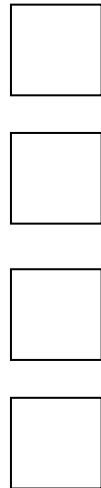
Das ZDF entwickelte die sehenswerte Dokumentations-Reihe „Zoom“. Bemerkenswert war unter anderem „Mister Karstadt“, ein Portrait über Niclas Berggruen. Reportagen der Reihe „Die Story im Ersten“ bieten regelmäßig investigative Hintergrundgeschichten, 2011 zum Beispiel „Adel vernichtet - Der bemerkenswerte Niedergang des Bankhauses Oppenheim“. Die 30-minütigen Reportagen „ARD exklusiv“ setzen ebenfalls Akzente im Programm. Für den Ernst-Schneider-Preis wurde „Angriff aus dem Netz. Die Wirtschaft im Visier von Onlinekriminellen“ nominiert.

Die ARD testet darüber hinaus Eventprogrammierungen. Sie durchbricht ihr Programm-schemata, um Themen, die fiktional aufbereitet werden, mit Gesprächssendungen vertiefend zu begleiten. Ein interessanter Ansatz - allerdings mit der Gefahr, dass die Informationssendungen zu kurz kommen. Dadurch fiel am 19.10.2011 „Plusminus“ aus, und die gerade neu justierten „Tagesthemen“ verschoben sich weiter nach hinten. Die Talksendung „Anne Will“ gewann im Anschluss an den Film jedoch Zuschauer.

Leuchttürme des vergangenen Jahres waren Portraits wie: „Auf der Suche nach Peter Hartz“ von Lutz Hachmeister und „Robert Bosch - Vermächtnis eines Großindustriellen“ von Angela Linders und Birgit Schulz (beide SWR). Herausragend auch die Dokumentation von Öl als Schmierstoff der Wirtschaft in „Das Blut der Welt“ von Stefan Aust und Claus Richter (ZDF). Einen entlarvenden Blick auf die Geschäfte mit der Arbeitslosigkeit warf Rita Knobel-Ulrich in „Die Hartz-Maschine“ (NDR). Im ZDF-Format „Terra X“ lief „Die Jagd nach dem Urmeter“ von Axel Engstfeld, ein effektiv als Drama inszeniertes Stück Wirtschaftsgeschichte. Weitere technische Zusammenhänge arbeitete der MDR in dem spannenden Beitrag „Stromkollaps“ von Dirk Schneider auf.

An vielen Stellen im Programm werden wirtschaftliche Ereignisse thematisiert. Bei Phoenix können Zuschauer Expertengespräche verfolgen, DW-TV greift auslandsbezogene Themen auf. 3Sat hat ein Wirtschaftsformat, die dritten Programme der ARD berichten über regionale Entwicklungen (zum Beispiel in der neuen Mittelstandsserie „Familienerbe NRW“). Es gibt großartige Verbrauchersendungen und sogar eine Nachfolgeserie („Wer kann Chef?“ SWR); die Digitalkanäle testen eigene Formate, es gibt Schwerpunkte, Sondersendungen, Thementage.

Das deutsche Fernsehprogramm ist vielfältig und im internationalen Vergleich gut. Dazu trägt der öffentlich-rechtliche Rundfunk maßgeblich bei. Angesichts der Aufgabenstellung und der Finanzausstattung dürfen die Erwartungen an den Informationsteil des Programms hoch sein. Und hier ergeben sich nach Ansicht der Industrie- und Handelskammern Ansätze zur Verbesserung - auch im Vergleich zu populären Print- und Onlinemedien, die sich heute mehr als früher mit wirtschaftlichen Entwicklungen beschäftigen.



➤ **Wirtschaftliche Umbrüche gewichten**

Große Print- und Onlinemedien reagieren rasch auf die sich rasant verändernde Welt, in der Regierungen an ihrer Wirtschaftspolitik scheitern. Im April 2012 fiel in Holland die achte Regierung in Europa seit Beginn der Schuldenkrise. Pensionstrusts, Versicherungen, institutionelle Geldanleger und Ratingagenturen erzeugen einen bisher nicht erlebten Handlungsdruck. Plötzlich stößt die Jahrzehnte übliche Praxis des Schuldenmachens an ihre Grenzen.

Diese Paradigmenwechsel spiegeln sich nicht ausreichend im Fernsehprogramm. Sie bewegen aber die Menschen. Fragen stellen sich: Hält die Wirtschaftsordnung? Bleibt der Euro? In welcher Höhe haftet Deutschland? Was bedeutet es, wenn die Europäische Zentralbank Staatsanleihen ihrer Mitgliedsländer kauft? Und wie kann man Märkte mit Geld fluten und das Geld an anderer Stelle wieder einsammeln?

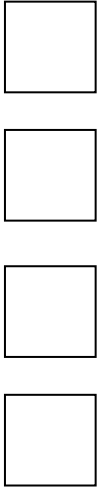
Bundespräsident Joachim Gauck zur Euro-Rettung: „Die Bundeskanzlerin hat nun die Verpflichtung, sehr detailliert zu beschreiben, was das bedeutet, auch fiskalisch bedeutet.“ (ZDF-Sommerinterview)

In allen Disziplinen sind die Deutschen Experten: Im Fußball, im Datenschutz, in der Ökologie - nur nicht in der Wirtschaft. Das Fernsehen hat die Möglichkeiten, hieran etwas zu ändern, zumal die neuen Themen alle Lebensbereiche durchziehen. Das gilt zum Beispiel für die Energieversorgung, seit Deutschland im vergangenen Jahr den Ausstieg aus der Kernenergie beschlossen hat. Die Verbraucher registrieren, dass der Strompreis steigt. Sie sehen Sonnenkollektoren auf den Dächern und lesen, dass Solarunternehmen insolvent gehen. Sie sehen Maisfelder zur Biogasgewinnung dort, wo vorher Korn stand. Auch das wirft Fragen auf: Wie viel Markt lässt die Politik bei regenerativen Energien zu? Wie viel Bereitschaft zur Anpassung haben Bürger bei nötig werdenden Infrastrukturprojekten?

Bundestagspräsident Norbert Lammert: „Eine Wirtschaftsordnung verliert Akzeptanz, wenn den Leuten die Plausibilität der Zusammenhänge abhanden kommt.“ (Süddeutsche Zeitung)

Wäre es für das Fernsehen nicht eine großartige Aufgabe, zu diesen außerordentlichen Ereignissen die Zuschauer bei Schwerpunktwochen vor dem Bildschirm zu versammeln? Nachrichtensendungen und Magazinbeiträge können die Vermittlung nicht immer leisten, die Thematik erfordert längere, verständliche Beiträge. Auch Talkshows können die Information nur ergänzen. Talkshows sind bedingt geeignet, Wirtschaftsthemen zu vermitteln. Ihr Blickfeld scheint begrenzt, weil wichtige gesellschaftliche Akteure wie Mittelständler, Wissenschaftler oder auch Bürgermeister kaum vorkommen.

Journalisten sind der Meinung, dass die großen Wirtschaftsthemen für die Gesellschaft immer wichtiger werden. Drei von vier Befragten gaben bei einer Umfrage des Ernst-Schneider-Preis e.V. im Sommer 2012 an, dass das Fernsehen diesen Themen zu wenig Platz einräumt. 74 Prozent sagen, dass sie nicht genug täten, um mit ihren anspruchsvollen Themen Leser, Hörer und Zuschauer zu erreichen. Das führt zu einem weiteren Punkt:



➤ **Journalisten dürften kritischer sein**

Zu oft übernehmen Journalisten, was die Politik vorgibt, ohne die Themen kritisch zu hinterfragen. Auch Fernsehjournalisten adeln durch ihre Berichte das Wort „Sparpolitik“, wenn vom öffentlichen Haushalten die Rede ist. Gespart, also auf Seite gelegt, wird meist aber nichts, bestenfalls sind die zusätzlichen Schulden niedriger als im Vorjahr. „Die Richtung stimmt“ hört man auf allen Kanälen und man liest: „Der deutsche Weg: Eisen sparen“ (Handelsblatt 24.11.11). Dann wieder: „Nur Sparpolitik reicht nicht, Wachstumspakt notwendig“ oder „Politik darf Wirtschaft nicht kaputtsparen“.

➤ **Wirtschafts- und Europaformate stärken**

„Plusminus“ (ARD) und „Wiso“ (ZDF) sind Aushängeschilder des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Thematisch hat sich in den letzten Jahren etwas getan. Die ARD legt das Hauptgewicht auf Wirtschaftspolitik, während das ZDF zu einem Gleichgewicht zwischen Wirtschaftsthemen und alltagsnahen Verbraucherthemen tendiert („Sendungsformen, Themen und Akteure im Nonfictionangebot von ARD, ZDF, RTL und Sat.1 5/2012).

Es wäre wünschenswert, wenn sich mit diesen Sendungen noch stärker Gesichter verbänden, die als Fachleute geschätzt werden und gut erklären können. In anderen Genres pflegt das Fernsehen seine Experten. Wissenschaftsvermittler wie Ranga Yogeshwar, Geschichtsexperten wie Guido Knopp, Nachrichten- und Sportmoderatoren sieht man aufgrund ihres Bekanntheitsgrades sogar in Unterhaltungssendungen. Experten, die die Wirtschaftswelt in einfachen Worten erklären, werden nicht aufgebaut. Sie könnten populär sein.

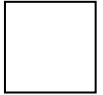
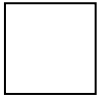
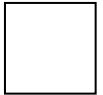
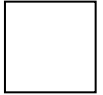
Wünschenswert wäre bei den Wirtschaftsmagazinen mehr Kontinuität. „Plusminus“ entfällt nach Neujahr, Ostern, Pfingsten oder Weihnachten, obwohl sich die Wirtschaftswelt weiterdreht. Am 31. Mai 2011 berichtete die ARD lieber über den Kachelmann-Prozess als über Wirtschaft. Am 19.10.2011 setzte man auf Kosten von „Plusminus“ Anne Wills Gesprächsrunde hinter den Mittwochsfilm, um das Thema Mobbing aufzuarbeiten. Und am 26. Oktober, als die Staatschefs in Brüssel sich in einer Nachtsitzung auf einen Schuldenschnitt verständigten, nahm die ARD „Plusminus“ aus dem Programm und sendete ein DFB-Pokalspiel. Es war das Spiel zwischen Bayern München und dem FC Ingolstadt 04. Ingolstadt war damals Tabellenletzter der 2. Liga.

Finanzminister Wolfgang Schäuble: „Die notwendige Kommunikation europäischer Themen ist wichtig! Sehr sogar!“ (Mittelbayerische Zeitung)

Auch die Europasendungen verdienen eine Aufwertung. Das gilt für „Europa plus“ und „heute in Europa“ (beide ZDF) und auch für das „Europamagazin“ der ARD, das am Samstagnachmittag zu einer wenig attraktiven Zeit ausgestrahlt wird. Wegen der kontinuierlich steigenden Bedeutung europäischer Themen sollten die Sendungen im Programm erkennbarer sein. Inhaltlich sind besonders die vom ARD-Studio Brüssel produzierten Magazine oft sehr aktuell, sie thematisieren wirtschaftspolitische Zusammenhänge und finden wie im „Bericht aus Brüssel“ mit Glossen eine interessierte Zuschauerschaft.

➤ **Verzerrungen in der Unterhaltung**

Das Bild der Wirtschaft in der Fernsehunterhaltung ist mitunter weit von der Wirklichkeit entfernt. Die Diskrepanz zwischen Realität und Fernsehfilm kann nicht allein mit dramaturgischen Prinzipien erklärt werden. Alle Geschichten, das hat der Hirnforscher und



ARD-Experte Manfred Spitzer nachgewiesen, hinterlassen bei den Zuschauern eine Wirkung. Das gilt auch für eine Häufung negativer Attribute und wiederkehrender Klischees, wie Zuschauer sie bei wirtschaftlichen Hintergründen oft zu sehen bekommen. Insofern wünscht man sich von den Autoren Stoffe, die die Vielfalt wirtschaftlichen Tuns in ihrer gesamten Tiefe widerspiegeln. Wie schief das Bild von Wirtschaft im Fernsehen sein kann, zeigte der ARD-Film „Schatten, die dich holen“. Zuschauer sahen eine Fondsmanagerin, deren Berufseinstieg ein Bordell war. Obwohl in ihrem Finanzjob stark gefordert, geht sie auf Erpresserjagd, vernachlässigt tagelang ihre Firma und wird zur Managerin des Jahres gekürt. Die FAZ schrieb: „Ein Film voller Unwahrscheinlichkeiten und Klischees, dass man zunächst ungläubig staunt, bald jedoch nur noch Augen für das unfreiwillig Komische hat.“

➤ **Protagonisten- und Musikauswahl**

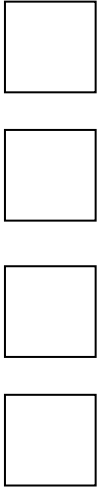
Jurys kritisieren mehrfach die auf Wirtschaftsbeiträge geschnittene Musik. Sie war manchmal unpassend, manchmal vordergründig und sogar irritierend, wenn Bongos zu Bildern von Biogasanlagen ertönten. Generell scheinen Mittelständler bei Wirtschaftsbeiträgen unterrepräsentiert zu sein und Frauen, auch das eine Beobachtung der Jurys, kommen in Wirtschaftsbeiträgen zu selten vor.

➤ **Wirtschaft bei den Privatsendern**

Wirtschaftsmagazine gibt es nur von ARD und ZDF. Die großen Privatsender bieten nichts Vergleichbares an. Die Stärken der Privaten liegen in der Unterhaltung. RTL strahlte zwei erfolgreiche Serien aus, die wirtschaftliche Themen aufgriffen. Neu war das Format „Undercover Boss“, bei dem Zuschauer erlebten, wie verkleidete Chefs als Praktikanten in unterschiedlichen Bereichen ihres eigenen Betriebs arbeiteten.

Ähnlichen Erfolg wie im Vorjahr hatte die zweite Staffel von „Rachs Restaurantschule“ (RTL). Die Sendung ist 2011 mit dem Ernst-Schneider-Preis der IHKs ausgezeichnet worden, weil das Format Lernbereitschaft, Engagement und Einsatzwille in der Berufsausbildung thematisiert. „Claus und Detlef - Die Superchefs“ heißt eine Gründer-Soap, die Vox ausstrahlt.

N-tv, das nach verlustreichen Jahren 2011 schwarze Zahlen schrieb, schärfte mit seinem gestiegenen Marktanteil auch sein Wirtschaftsprofil. So fiel unter anderem die unkonventionelle Gründerserie „Antrieb zum Erfolg“ im diesjährigen Wettbewerb positiv auf. N24 informiert ebenfalls über wirtschaftliche Entwicklungen. Pro7 bietet in seinem populären Wissensmagazin „Galileo“ die meisten Wirtschafts- und Technikthemen. Vom 7. bis 13. November 2011 fand eine „Geldwoche“ mit zahlreichen Beiträgen rund um das Thema Geld und Finanzen statt. Das Pendant zu „Galileo“ bei RTL2 heißt „Welt der Wunder“. Herausragend waren die Wettbewerbsbeiträge über den Stand der Robotertechnik, „Maschinen wie wir“ - nominiert in der Kategorie Technik des Ernst-Schneider-Preises - und „High-Tech-Zahnmedizin“.



II. Hörfunk

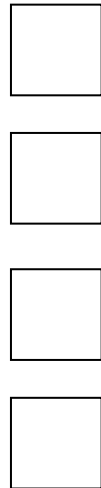
Mehr als jeder Zweite hört täglich öffentlich-rechtliches Radioprogramm. Eine Media Analyse ergab, dass unter den Jüngeren der Zuspruch für die ARD-Sender noch höher ist. Daraus ergibt sich eine gewachsene gesellschaftspolitische Verantwortung, das Programm so auszurichten, dass auch wirtschaftliches Wissen und wirtschaftliche Hintergründe den Hörern ausreichend vermittelt werden. Die populären öffentlich-rechtlichen Wellen der ARD wie zum Beispiel SWR3 und auch große private Sender wie Radio NRW oder Antenne Bayern könnten hier noch Akzente setzen. Sie haben den Vorteil, Zielgruppen ansprechen zu können. Gute Beispiele gibt es. Die SWR3-Serie „Bescheidwischer“, die in zweiminütigen, atmosphärischen Beiträgen auch wirtschaftliches Faktenwissen komprimiert, wurde von der Jury des Ernst-Schneider-Preises als auszeichnungswürdig nominiert. 1live (WDR) entwickelte eine Themenwoche mit einer Mischung von Nutzwert und Leichtigkeit. Grundlage war die Studie des Senders „Ohne Moos nix los“. Sie zeigt, dass das Thema „Finanzen und Geld“ Jugendlichen als wichtig und gleichzeitig als kompliziert und belastend gilt - mithin ein grundsätzliches Interesse vorhanden ist.

Einen interessanten Weg zur Vermittlung gesellschaftlich relevanter Themen schlägt DeutschlandRadio Kultur ein. Im Windschatten des etablierten Deutschlandfunks konzentriert sich das Berliner Programm darauf, die wichtigsten Tagesereignisse zu vertiefen. Zurzeit geraten zahlreiche Wirtschaftsthemen ins Kulturprogramm. Die Redaktion stellt wirtschaftliche Ereignisse durch gute Gesprächspartner vielfach in neue Zusammenhänge, sie durchbricht die Gewohnheit von 1'30 kurzen Zuspielern, vertieft und bereichert dadurch das Hörerlebnis.

Vom Deutschlandfunk, der seit vergangenen November aufwändig produzierte Erklärstücke zu Themen wie „Staatsanleihe“ oder „Euro-Rettungsschirm“ ausstrahlt, kommen zwei der drei in diesem Jahr für die Auszeichnung der IHKs nominierten Feature: „Land Grabbing - Die globale Jagd nach Ackerland“ von Christian Brüser und „Sturmwarnung! Oder: Ostdeutsche Seen im Angebot“ von Heide und Rainer Schwochow. Heidi Mühlberg schrieb für den MDR (Redaktion Kathrin Aehnlich) den glänzenden Beitrag „Europas Solar-Vision“, der Stand und Entwicklung des Desertec-Projektes beleuchtet.

Hohe Qualität bieten die „ZeitZeichen“ dar, die im vergangenen Jahr unter anderem den 125. Geburtstag des tschechischen Unternehmers Tomas Bata zum Anlass einer kurzweiligen Globalisierungsgeschichte nahmen (Martina Meißner). Dass sich ein Aktienthema auch Kindern vermitteln lässt, bewies Nikolaus Nützel in „Von Heuschrecken und Weißen Rittern - Wundersames aus der Welt der Wirtschaft“ (WDR).

Die Verschiebung des Blickwinkels kann ein erfolgreicher Weg sein, dem Thema Wirtschaft die Schwere zu nehmen. Um das Thema Lohn und Gehalt für Jugendliche fassbarer zu machen, nennt der WDR eine Themenwoche „Warum verdienst du mehr als ich?“ Sie entstand im Mikrokosmos einer Diskothek. Daraus machte der Sender ein trimediales Projekt (mit Onlineberichten und Fernsehbeiträgen). Die einzelnen Formate entwickelte der Dortmunder Journalistik-Professor Michael Steinbrecher, der im ZDF das „Aktuelle Sportstudio“ moderiert.



III. Presse

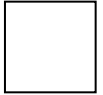
Im Stern berichteten vier Lehrer aus Griechenland, Irland, Italien und Deutschland, wie sich ihr Leben seit Einführung des Euro gewandelt hat. Eine bemerkenswerte Idee - gut personalisiert, mit neuen Informationen und ein anschauliches Beispiel für Auf- und Abstiege von Volkswirtschaften („Im Angesicht der Schulden“). DIE ZEIT erzählte die Finanzkrise sogar als Comic („Der Superknall“). Sie löste das komplexe Thema in Schlüsselszenen auf und zeichnete die Krise in grellen Farben: „Mit den beliebtesten Promis aus Politik und Wirtschaft in einem spannungsgeladenen Abenteuer der Spitzenklasse!“

Überhaupt boten Zeitungen und Zeitschriften ihren Lesern eine Fülle von Überraschungen. In der F.A.Z. protokollierte Jan Grossarth sehr unterhaltsam und früh - den Trend des Gesundheitsrisikos Zucker aufspürend - den imaginären Prozess der Verbraucherschützer gegen das süße Bonbon „Nimm 2“. Das Handelsblatt veröffentlichte ein doppelseitiges Interview mit Baudouin Prot, dem Chef der größten Französischen Bank BNP Paribas - allerdings ohne Antworten. Prot hatte seine bereits übermittelten Antworten kurzfristig zurückgezogen („Können Sie nachts noch ruhig schlafen?“). Ebenfalls im Handelsblatt: Ein fiktives Interview mit Ex-Bundeskanzler Ludwig Erhard über die aktuelle Währungskrise und die Inflationsgefahren. Die zeitlosen Antworten stammten aus Erhards Veröffentlichungen.

In Brandeins schrieb Ingo Malcher ein außergewöhnliches Portrait über Michael Osinski. Osinski hatte die Software zur Bündelung von Krediten erstellt, die als CDO's eine unrühmliche Weltkarriere machten. Der Artikel hieß „Der Alchimist“. Nicht nur die Wirtschaftstitel „Impulse“, „Wirtschaftswoche“ oder „Financial Times Deutschland“ glänzten mit spannenden Erklärstücken, auch General-Interest-Titel, die eine vielseitig interessierte Leserschaft bedienen, fanden neue Zugänge zu wirtschaftlichen Themen. Der Spiegel setzte mehrfach exzellent recherchierte Wirtschaftsgeschichten auf den Titel („Geld regiert die Welt ... und wer regiert das Geld?“ , „Die Geldbombe“).

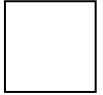
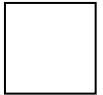
Herausragend war „Mein gutes Geld“ von Reiner Luyken, der eine Afrikageschichte schrieb: Fast bescheiden, mit einem Einsatz von 250 Dollar für einen Mikrokredit, über den sich das Leben einer Frau erzählt, die in Sierra Leone wirtschaftlich Fuß fasst. Oder Frank Sieren, der ebenfalls in der ZEIT die Brüche der Globalisierung anhand der Geschichte eines Amerikaners schildert, der in China reüssiert, während seiner Familie im ehemaligen Industriegürtel der USA die Jobs wegbrechen.

Neben den überregionalen Blättern glänzten auch Regionalzeitungen und sogar Anzeigenblätter („Neue Braunschweiger“ mit einer Gründerserie). Wenn Harald Schumann im Tagesspiegel in einem Selbstversuch griechische Staatsschulden kauft und Gewinne realisiert („Die Bundesbank bürgt für mich ...“) erreicht die Wirtschaftsberichterstattung eine Frische, die beispielhaft ist („Mit Dummheit Geld machen“). Die Stuttgarter Nachrichten steigern die Leselust durch ein besonderes Layout und gute Infografiken. Der Weser-Kurier fiel durch ideenreiche Serien auf („Besuch beim Weihnachtsmann“, „Nachfolge gesucht“). Das „Magazin“ des Kölner Stadt-Anzeigers überzeugte mit sehr verbrauchernahen Internetgeschichten. Der Mannheimer Morgen hob eine regional verankerte Fachkräfte-Serie ins Blatt, der Nordbayerische Kurier portraitierte „Wirtschaftsköpfe“. Diese Beispiele zeigen, wie lebensnah und spannend Wirtschaft in Zeitungen und Zeitschriften vermittelt wird.



IV. Internet

Die auf den ausgeschriebenen Onlinepreis eingereichten Bewerbungen bieten den Nutzern zum Teil innovative Darstellungen und Verknüpfungen wirtschaftlicher Inhalte. Darunter sind der Videoblog „Summa summarum - Korrekturen eines Marktwirtschaftlers“ der Süddeutschen Zeitung und „Der Wutbürger von Athen“ sowie andere Folgen einer Serie von spiegelonline. Fernsehsender, große private Onlineportale und Nischenanbieter wie „evidero“ („Geld ist nicht alles“) experimentieren mit dem Medium. Beim Handelsblatt ergänzen Korrespondenten ihre Berichte wie „Atemlos in Delhi“ um atmosphärische Videos. Dieses Wirtschaftsportal bietet sogar Kanäle, die wie im Fernsehen Fälle aufbereiten („Streitfall des Tages“ und die Kolumne „nachgerechnet“).



Der Jury gefiel die Serie zur Energiewende „Deutschland steigt um“ (stern.de), weil sie über viele interaktive Elemente in gut aufbereiteter Form Wissen zusammenstellte. Sie lobte „Logo!-Thema: Wirtschaft“ von zdf.tivi.de wegen seiner spielerischen Ansätze und „Eurozone Ostend - Wie der Neubau der EZB ein Viertel verändert“ wegen seiner großartigen Nutzerführung und Informationsdichte (boerse.ARD.de mit hr-online und FH Darmstadt).

Manches hatte das Internet exklusiv, wie den Bilanzierungsfehler bei der Hypo Real Estate „Der 55-Milliarden-Rechenfehler“ (stern.de), anderes wurde erst in anderen Medien veröffentlicht und anschließend durch das Internet populär. Ein Beispiel dafür ist die Videosatire des WDR „Der 90. Eurogipfel“ (Udo Eling). Der in mehrere Sprachen übersetzte Clip wurde über zwei Millionen Mal angeschaut.

11. September 2012