



Pressemitteilung

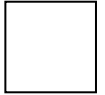
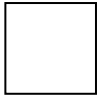
Aktuell, aber nicht immer verständlich

Ernst-Schneider-Preis der IHKs zu Stärken und Schwächen der Wirtschaftsberichterstattung im Fernsehen

Köln, 19. September 2011 - Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist aktueller geworden. Es geht mit Thementagen und -wochen sowie Sondersendungen seit einigen Monaten stärker auf wirtschaftliche Ereignisse ein. Damit gewinnt das Fernsehen nach Einschätzung des von den deutschen Industrie- und Handelskammern (IHKs) gestifteten Ernst-Schneider-Preises, des Journalistenpreises der deutschen Wirtschaft, an Relevanz. Es berücksichtigt, dass Eurokrise, Staatsverschuldung oder Energiewende die Entwicklung der Gesellschaft nachhaltig beeinflussen. Dies ist das Ergebnis einer Analyse der Wirtschaftsberichterstattung. Sie stützt sich auf Studien, Medienbeobachtung und die Auswertung von über 1000 Beiträgen des renommierten Journalistenwettbewerbs.

An der aktuellen Berichterstattung über die Eurokrise macht sich aber auch Kritik fest. Der Journalistenpreis der deutschen Wirtschaft bemängelt, dass viele der oft sehr atmosphärischen Fernsehbeiträge deskriptiv bleiben und zu wenig Augenmerk auf Zusammenhänge richten. „Die Berichterstattung gleicht einem Puzzle, bei dem das genaue Betrachten eines Einzelteils nicht mehr als eine Ahnung vom Gesamtbild ermöglicht“, sagte Walter Richtberg, Vorsitzender des Ernst-Schneider-Preis e. V. Er appellierte an die Autoren, sich um eine einfachere Sprache zu bemühen, mehr einzuordnen und wirtschaftliche Zusammenhänge deutlicher zu machen.

Die Studie kritisiert den Trend, die Meinung der Zuschauer zum Gegenstand der Berichterstattung zu machen. Die ARD hatte zum Beispiel gefragt, ob die deutsche Berichterstattung über die griechische Krise „gerecht“ sei und die Antworten durch Meinungs-



forschungsinstitute interpretieren lassen, was den Anschein qualifizierter Zusatzinformation erzeugte.

Nach Ansicht der IHKs sollte künftig neben die ereignisgetriebene Wirtschaftsberichterstattung eine Berichterstattung treten, die eher seismografische Funktionen wahrnehme, also gesellschaftlich relevante Trends aufgreife, bevor diese zu Problemen würden.

Eine Reihe jüngerer Formatentwicklungen belege, dass Zuschauer für wirtschaftliche Themen aufschleißbar seien. Dazu gehörten der „Scanner“, ein umfassender, mit Reportageelementen angereicherter Produktcheck, und auch sogenannte Unternehmens-Checks - moderne Firmenportraits, die zentrale Markenbotschaften unter die Lupe nehmen (beide WDR).

Die interessantesten Innovationen bei der unterhaltsamen Aufbereitung von Wirtschaft kamen meist von Privatsendern. RTL hat einen Quotenerfolg mit der Serie „Undercover Boss“, in der Zuschauer miterleben können, wie Führungskräfte das eigene Unternehmen inkognito als Berufseinsteiger kennen lernen. „Rachs Restaurantschule“ begleitete zwölf Praktikanten in den Gastronomieberuf und thematisierte in einer Reality-Doku allgemeine Berufsanforderungen sowie Voraussetzungen einer Unternehmensgründung. Vox setzt mit mehrstündigen Samstagabend-Dokumentationen regelmäßig Schwerpunkte auf diesem Programmplatz und erreicht mit populären wirtschaftlichen Themen („Porsche-Saga“) neue Zuschauer.

Die Studie ist beim Ernst-Schneider-Preis der deutschen Industrie- und Handelskammern e.V. erhältlich (sigrid.baum@koeln.ihk.de).

Der Ernst-Schneider-Preis ist der Journalistenpreis der deutschen Wirtschaft. Er ist benannt nach dem Unternehmer und Kunstmäzen Ernst Schneider, der von 1963 bis 1969 Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages war. Der Medienpreis der IHKs setzt sich für die Behandlung wirtschaftlicher Themen in den Medien ein und schreibt seit 1971 einen renommierten Autorenwettbewerb aus.