

JÜRGEN HEINRICH

Wirtschaftsjournalismus

Zur Fundierung einer rezipientenorientierten Wirtschaftsberichterstattung

Wirtschaftsberichterstattung könnte als Schnittmenge der Teilsysteme Wirtschaft und Massenmedien eine zentrale Bedeutung innerhalb der Berichterstattung erlangen und führt doch bestenfalls ein Dornröschendasein. Der Wirtschaftsteil aktueller Massenmedien stößt auf ein geringes Rezipienteninteresse¹, andererseits zeigt die häufig schlechte räumliche und zeitliche Platzierung² des Wirtschaftsteils, daß die Wirtschaftsberichterstattung im Marketing von regionalen Tageszeitungen eine bestenfalls untergeordnete Rolle spielt, und schließlich scheint Wirtschaftsjournalismus kein Thema für die Publizistik- oder Journalistikwissenschaft zu sein.³

Im folgenden geht es mir darum, aus primär wirtschaftswissenschaftlicher Sicht die Besonderheiten des Ressorts Wirtschaft zu analysieren und Folgerungen für den Wirtschaftsjournalismus abzuleiten. Zuvor erscheint es notwendig, zur Funktion journalistischer Aussagenproduktion generell Stellung zu nehmen, um einen – allerdings spezifisch wirtschaftswissenschaftlich fundierten – normativen Grund zu legen.

Als Wirtschaftsjournalismus bezeichne ich die Aussagenproduktion in aktuell berichtenden Massenmedien,

- deren Gegenstand das System Wirtschaft und Wirtschaftspolitik ist, in dem die Entscheidungen über die Allokation der Ressourcen, über Produktion, Distribution, Konsum und Vermögensbildung in geld- und realwirtschaftlicher Dimension getroffen werden und Wirkungen entfalten;

- deren Gegenstand die Ökonomik – also die individuelle und/oder gesellschaftliche Kosten-Nutzen-Analyse – anderer Teilsysteme ist, wie z. B. Gesundheit, Bildung, Freizeit, Kultur, Landesverteidigung usw.;

- deren Gegenstand die ökonomischen, also auf den Maßstab des Geldes reduzierbaren Wirkungen von Ergebnissen und Maßnahmen sind, z. B. Kosten- und Einkommenseffekte von Umweltschutzmaßnahmen oder eines Musikfestivals.⁴

Diese sehr weit gefaßte Definition ist partiell normativ, faktisch beschränkt sich die Wirtschaftsberichterstattung im wesentlichen auf das System der Wirtschaft und der Wirtschaftspolitik.

In Teilen gelten die folgenden Ausführungen für den Wirtschaftsjournalismus insgesamt, in Teilen eher für Druckmedien. Auf medienspezifische Probleme des Wirtschaftsjournalismus kann ich im Rahmen dieser Darstellung nicht eingehen.⁵

1. ZUR FUNKTION JOURNALISTISCHER AUSSAGENPRODUKTION

Journalismus benötigt eine Funktionsnorm oder zumindest eine Art Selbstverständnis, das mit der öffentlichen Aufgabe der Massenmedien nur einseitig beschrieben ist und mit der Entdeckung des Marketing für Zeitungen und Rundfunk⁶ ins Wanken geraten sein dürfte.

Die Wirtschaftswissenschaft hat ihre Überlegungen überwiegend und schon lange auf die Annahme gestützt, daß journalistische Aussagenproduktion – im Spektrum zwischen

öffentlich und privat angesiedelt – überwiegend ein privates Gut ist und damit individuell motivierten und zurechenbaren Nutzen stiftet und stiften sollte. Die Elemente dieses Nutzenbündels dürften im wesentlichen sein: Gesprächsstoffangebot, Unterhaltung, Orientierungshilfe, Beratung in der Lebensführung und eine Servicefunktion, also individuell verwertbare Informationen. Dies setzt zugleich Verlässlichkeit der Aussagenproduktion voraus, um dem Leser eigenen Rechercheaufwand und Kosten aufgrund von Falschinformationen zu ersparen.

Dauerhaft kann die Wissenschaft letztlich indes nur die Marktmethode – Marktanalyse, Produktplanung und organisierte Qualitätskontrolle – und das Ziel Rezipientenorientierung akzeptieren. Die karge Norm, wirtschaftlich gemäß den Konsumentenpräferenzen zu produzieren, kennt ja gerade keine Ergebnisnorm, auch keine Ergebnisnorm für die journalistische Aussagenproduktion. Die Frage der Qualität journalistischer Arbeit, publizistikwissenschaftlich häufig in Dimensionen von Vielfalt und Objektivität gedacht, stellt sich wirtschaftswissenschaftlich gedacht nicht auf einer objektiven Ebene. Sie wird zur Beantwortung an die Rezipienten verwiesen.

Allerdings verkennt die Wirtschaftswissenschaft nicht die Mängel (Marktversagen), die die Marktproduktion journalistischer Aussagen aufweist.⁷ Positive oder negative Folgen einer Berichterstattung werden dem Urheber in der Regel nicht zugerechnet und können ihm auch nicht zugerechnet werden. Damit existiert ein erhebliches Maß an externen Effekten. Zum anderen ist es gewiß erlaubt, Konsumentenignoranz in relativ großem Umfang zu vermuten: Rezipienten können die Qualität einer Berichterstattung üblicherweise schlechter beurteilen als die Qualität anderer Konsumgüter, und »Warentests«, die die Orientierung erleichtern, existieren nicht. Die Konsequenz kann nur ein Höchstmaß an Sorgfalt in der Stellvertreterrolle des Journalisten sein.

Inwieweit die Massenmedien auch ein öffentliches Gut produzieren, läßt sich erst entscheiden, wenn feststeht, welches die Funktion der Massenmedien für die Öffentlichkeit ist. Wenn öffentliche Meinung produziert wird, die in liberaler Sicht dann die »vorübergehend verfestigte Ansicht des Richtigen, die gewisse Kontrollen der subjektiven Vernunft und der öffentlichen Diskussion durchlaufen hatte«⁸, zum Ausdruck bringt, oder die Themenstruktur des gesellschaftlichen Kommunikationsprozesses institutionalisiert wird⁹, oder die Funktionsweise der parlamentarischen Demokratie verbessert wird, dann hat journalistische Aussagenproduktion auch alle Eigenschaften eines öffentlichen Gutes, eines Gutes, von dessen Nutzung man Nichtkäufer nicht ausschließen kann (Nichtausschluß), dessen Nutzungsumfang sich nicht bestimmen läßt (Nichtoptionalität), und dessen Nutzung die Konsummöglichkeiten anderer nicht beschränkt (Nichtrivalität).

Anders als bei den klassischen Lehrbuchbeispielen für öffentliche Güter, dem Leuchtturm und der Landesverteidigung, bei denen die Produktion für die Funktionsfähigkeit ausreicht, setzt die funktionsfähige Produktion der öffentlichen Meinung voraus, daß die journalistische Aussagenproduktion auch konsumiert wird. Produktion ohne Konsum bewirkt nichts. Daher ist der privat motivierte Konsum journalistischer Aussagenproduktion notwendige (allerdings nicht hinreichende) Bedingung für die Produktion der öffentlichen Meinung, und es erscheint auch von daher folgerichtig, mit einer stärkeren Rezipientenorientierung des Journalismus gleichzeitig die öffentliche Aufgabe besser zu erfüllen. Dies dürfte insbesondere für den Wirtschaftsjournalismus gelten: Einerseits ist die Einsicht in ökonomisch-gesellschaftliche Zusammenhänge für die Funktionsweise einer Gesell-

schaft zentral, andererseits das Interesse an abstrakten Wirkungsabläufen gering. Hier wäre das Vehikel individuell zurechenbaren Nutzens etwa konkret nutzbarer Ratschläge für die tägliche Lebensführung in besonderer Weise einzusetzen.

2. BESONDERHEITEN DES RESSORTS WIRTSCHAFT

Die Bedeutung der Wirtschaft für das soziale Befinden der Menschen ist im Vergleich zum Objekt anderer Ressorts in den Medien als sehr hoch einzuschätzen.

Der Mensch verwendet einen großen Teil seiner Zeit für Einkommenserwerb und Konsumaktivitäten, der Mensch findet in seiner Arbeit und seinen Konsumaktivitäten einen großen Teil seiner Verwirklichung, ganz allgemein steht der einzelne als Arbeiter, als Konsument, als Sparer, als Steuerzahler und Transferleistungsempfänger mit dem System Wirtschaft in vielfältigen Interaktionen, und seine Integration in das System Wirtschaft ist für den einzelnen von existentieller Bedeutung. »Wirtschaft geht jeden an«¹⁰, und – so wäre zu ergänzen – in umfassender Weise. Daraus folgt eine große potentielle Verhaltensrelevanz der Wirtschaftsberichterstattung¹¹ und die Möglichkeit, diese als Aufhänger für die individuell motivierte Nutzung zu verwenden.

2.1. *Die privilegierte Position der Wirtschaft*

Das Teilsystem Wirtschaft trifft mit seinen Allokations-, Produktions- und Distributionalkalkülen einen großen Teil der wesentlichen Entscheidungen einer Gesellschaft, die – zumindest in kapitalistischen Marktwirtschaften – geeignet sind, den anderen Teilsystemen ihren Entfaltungsbereich vorzugeben.¹² Eine gute Wirtschaftsentwicklung – vor allem gemessen am Niveau der materiellen Wohlfahrt und dem Stand gesamtwirtschaftlicher Beschäftigung – liegt damit im Interesse sowohl der Gesellschaft als auch der Politik und der Wirtschaft.

Weil es nicht möglich ist, eine gesellschaftlich befriedigende Unternehmensführung politisch zu produzieren, muß sich die Politik damit begnügen, die notwendigen Anreize für eine befriedigende Wirtschaftsentwicklung sicherzustellen und den Verteilungsinteressen der Produktionsmittelbesitzer Priorität zuzugestehen. In der Forderung nach »günstigen Rahmenbedingungen« vertritt die Wirtschaft dann nicht nur eigene Interessen, sondern kann behaupten, Sachwalter der Wohlfahrt der Gesellschaft zu sein.¹³ Damit stößt eine sicher auch in Wirtschaftsredaktionen vorhandene Bereitschaft zu kritisch reflektierender Berichterstattung an eine Grenze: an die Einsicht ihrer Funktionslosigkeit, jedenfalls dann, wenn es um die kritische Reflexion bestehender Verteilungsstrukturen geht. Ökonomen sehen die »Sachzwänge« sicher deutlicher als Vertreter andere Disziplinen und sind eher bereit, sie zu akzeptieren. Dies kann dazu beitragen zu erklären, warum die Wirtschaftsressorts der Medien im allgemeinen eine relative Neigung nach »rechts« haben¹⁴, im Gegensatz zu den Ressorts Kultur und Politik, wo kritische Aufklärung noch Wesentliches bewirken mag.¹⁵

Die sinnvolle Konsequenz ist nicht Verzicht auf kritische Aufklärung im Wirtschaftsteil, aber doch eher Verzicht auf generelle kritische Aufklärung über allgemeine wirtschaftspolitische Zusammenhänge und eine Hinwendung zu individuell umsetzbarer Aufklärung über Rechte und Handlungsmöglichkeiten des Rezipienten in seinen Rollen.

2.2. *Die Komplexität der Wirtschaft*

Die Wirtschaft ist ein besonders komplexes System, allgemein gekennzeichnet durch die generelle Interdependenz aller ökonomischen Variablen. Das arbeitsteilige System, die

Trennung von Produktion und Konsum und die abstrakte Umformung von Produktion in Bedürfnisbefriedigung über das Geld¹⁶, kann gedanklich im Mikrobereich nur im sehr allgemein formulierten Walras-Modell gefaßt werden. Auch im Makrobereich gelingt es nur sehr rudimentär, die Kreislaufgesetzmäßigkeiten modellhaft deutlich zu machen. Das Teilsystem Wirtschaft ist erheblich ausdifferenziert, durch einen hohen Grad an Autonomie gekennzeichnet und bildet »eigene Werte, eigene Zwecke, Normen, Rationalitätskriterien und eigene Abstraktionseinrichtungen«.¹⁷

Aus der allgemeinen Interdependenz folgt die Langfristigkeit der Wirkungen von Ereignissen und Maßnahmen, das erhebliche Ausmaß von Unbestimmtheit und Unsicherheit, das der Laie in diesem Bereich nicht vermutet und nicht leicht akzeptiert, und die oft überraschend wirkenden Gegenreaktionen und Feedbacks, die selbst über die Wirkungsrichtung von Maßnahmen bisweilen keine gesicherte Prognose zulassen. Redliche Aussagen im Bereich der Ökonomie müssen in der Regel so vage, so konditional und so vorsichtig sein, wie sie z. B. der Sachverständigenrat zu formulieren pflegt. Der nicht sachkundige Leser erwartet indes die Logik der Monokausalität und setzt den Journalisten damit zusätzlich zu den Zwängen aus Raum- und Zeitbeschränktheit einem Erwartungsdruck aus, dem zu folgen ihm verlockend erscheinen muß.

2.3. Die Deckung des Systems Wirtschaft mit dem Gegenstand der Wirtschaftswissenschaft

Der Bereich der Wirtschaftsberichterstattung deckt sich mit dem Gegenstand der Volks- und Betriebswirtschaftslehre recht gut, fast zu gut, denn die beklagte Verengung der Wirtschaftsberichterstattung¹⁸, der Verzicht auf Themen aus der Arbeitswelt und dem Verbraucheralltag oder der lokalen Wirtschaft findet seine Entsprechung in der verengten Forschungs- und Lehrperspektive der Wirtschaftswissenschaften. Mit dieser Kongruenz ist auch das Objekt der Wirtschaftsberichterstattung relativ stark von abstrakten wissenschaftlichen Konzepten, von Theorien, Paradigmen und Paradigmenwechseln geprägt, und die wissenschaftlich begründete Fachsprache findet Eingang in die Wirtschaftspraxis und den Wirtschaftsjournalismus.

Damit sind die Wirtschaftswissenschaften vor allem implizit Bestandteil der Wirtschaftspraxis, und Wirtschaftsjournalismus ist vor allem implizit auch Wissenschaftsjournalismus. Die Medien berichten über die Anwendung und die Anwendungsergebnisse wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse, z. B. über monetaristisch geprägte Angebotspolitik, über die neuklassische Wettbewerbsfreiheit oder neuere Managementtechniken, allerdings weniger über die wissenschaftliche Entdeckung per se.¹⁹

2.4. Fachjournalismus

Wirtschaftsjournalisten sind überwiegend wirtschaftswissenschaftlich ausgebildet. Dies ist auf den ersten Blick sinnvoll, denn Sachkompetenz gilt zu Recht als notwendige Voraussetzung für eine fundierte Berichterstattung. Aber das Studium der herrschenden Wirtschaftswissenschaft liberaler Prägung ist zugleich geeignet, Denkweisen zu vermitteln, die die Erfüllung journalistischer Aufgaben erschweren.

Zunächst bewirkt die relativ große Homogenität der Ausbildung eine gewisse Einheitlichkeit des Wissens und der Denkhaltungen, die Meinungsvielfalt und fruchtbare Kontroversen innerhalb der Wirtschaftsberichterstattung nur selten entstehen läßt.²⁰ Zum zweiten prägt das Walras-Modell des allgemeinen Gleichgewichtes die Vorstellung, Wirtschaft sei ein System von Variablen, die sich scheinbar von selbst bewegen.²¹ Der Blick auf die Akteure der Wirtschaft, auf Arbeiter und Konsumenten, auf Unternehmen und Haushalte

wird damit schon im Mikrobereich verstellt, Institutionen werden vernachlässigt. Mithin nutzt die Wirtschaftsberichterstattung Kategorien, an denen der Leser sich orientieren könnte, weil er mit ihnen konkrete Vorstellungen verknüpft, zunächst einmal per se nicht. Diese Tendenz, von bekannten Lebensbereichen wegzuführen, wird verstärkt durch die makroökonomische Analyse der Funktionsweise der Volkswirtschaft, die in abstrakten Globalkonzepten wie Realzins, Reallohn oder Beschäftigung argumentiert, einen Bezug zur regionalen, lokalen oder personalen Ebene indes nicht herstellen kann. Schließlich verstellt auch die herrschende Betriebswirtschaftslehre, deren Erkenntnisobjekt die Unternehmung und deren Blickrichtung die Optimierung ist, zunächst einmal andere denkbare Perspektiven der Berichterstattung über Unternehmen.²² Generell entwickelt das Wettbewerbskonzept, das grundlegende Steuerungsprinzip marktwirtschaftlicher Ordnungen, eine Tendenz, »den Mächtigen und Starken . . . eher Rechtfertigung zu liefern als den Schwachen Beistand«.²³ Eine solche Sozialisation durch das Studium der herrschenden Wirtschaftswissenschaften, die in den erwähnten Ebenen eher die Berufsrolle des Journalisten erschwert, erfordert eine Gewichtsverlagerung in der Ausbildung zum Wirtschaftsjournalisten, in der die journalistische Kompetenz die gleiche Wertigkeit wie die Fachkompetenz haben sollte.²⁴

3. KONSEQUENZEN EINER REZIPIENTENORIENTIERTEN WIRTSCHAFTSBERICHTERSTATTUNG

Die Marktorientierung der Berichterstattung und die Besonderheiten des Systems Wirtschaft ergeben einige Konsequenzen für Konzeption, Recherche, Auswahl, Darstellungsweise und die Möglichkeiten der Reduktion von Komplexität.

3.1. *Konzeption der Wirtschaftsberichterstattung*

Unter Konzeption der Berichterstattung verstehe ich die Festlegung der Zielgruppen und der beabsichtigten Funktion der Berichterstattung, also die personale und funktionale Zielvorstellung der Aussagenproduktion. Wichtig ist es, zunächst einmal eine Konzeption zu formulieren; einerseits, um den Rezipienten die Orientierung zu erleichtern, andererseits, um Anhaltspunkte für eine organisierte Qualitätskontrolle zu gewinnen. Defizite in diesem Bereich existieren nicht bei den großen überregionalen Tageszeitungen. Deren Wirtschaftsberichterstattung ist personal auf die Zielgruppe der Führungskräfte in Unternehmen, Verbänden und Verwaltung zugeschnitten, denen sie funktional Informationen als allgemeine Entscheidungsgrundlage liefert.²⁵ Die Ansicht, der Wirtschaftsteil dieser Zeitungen sei einseitig auf die Interessen der Wirtschaft und der Kapitalbesitzer zugeschnitten²⁶, kann man daher nur als Beschreibung, nicht als Kritik akzeptieren.

Defizite in konzeptioneller Hinsicht sind indes bei regionalen Tageszeitungen zu vermuten.²⁷ Die personale Zielvorstellung ist erkennbar nicht der durchschnittliche Leser, sondern der männliche Kapitalbesitzer. Hier könnte die Information viel stärker auf den durchschnittlichen Leser und die durchschnittliche Leserin zugeschnitten werden, die nicht nur Kapitalbesitzer, sondern auch Konsumenten, Arbeitnehmer, Sparer, Kreditnehmer, Steuerzahler oder Transferzahlungsempfänger sind.

Die funktionale Zielorientierung entspricht häufig noch der eines Generalanzeigers. Die konsequente Marktorientierung erfordert indes, den persönlichen Nutzen der Aussagenproduktion für den Leser in den Vordergrund zu stellen. Die Redaktionen könnten sich darum bemühen, die große Bedeutung wirtschaftlicher Vorgänge für die ökonomischen

Rollen der Leser deutlich zu machen, Wirkungen auf einzelne Rollen aufzuzeigen, Handlungsmöglichkeiten, Problemlösungen und Orientierungen anzubieten und Gesprächsstoff zu liefern. Die große, tägliche potentielle Bedeutung für das wirtschaftliche Verhalten wäre zu nutzen und schließlich der Forderung nachzukommen, daß die Berichterstattung mehr Orientierungshilfe durch erkennbare Positionierungen im Meinungsdschungel leistet, statt immer wieder das Potpourri bekannter Statements zu servieren.²⁸

Das Prinzip der Arbeitsteilung kann die notwendige Abgrenzung zur Verbraucherberatung, Steuerberatung oder Rentenberatung usw. ziehen: Den tagesaktuell berichtenden Massenmedien kommt die Aufgabe zu, aktuelle Tips zu geben, allgemeine Trends zu beschreiben und über prinzipielle Zusammenhänge zu berichten. So könnten die Zeitungen z. B. aktuell über eine unmittelbar erwartete oder vollzogene Änderung des Diskontsatzes berichten, die Wirkung einer Zinsänderung auf das Kursniveau der Wertpapiere beschreiben und eine Einordnung bestehender Zins- und Kursbewegungen in einen allgemeinen Trend geben. Konkrete Kauf- oder Verkaufsberatung müßte Finanzinstitutionen oder Finanzblättern überlassen bleiben.

Die Marktorientierung der Berichterstattung wird hier als Tendenz formuliert, die es zu verstärken gilt. Daneben bleibt der Berichterstattung die Erfüllung der öffentlichen Aufgabe. Für die Wirtschaftsberichterstattung begründet die Bedeutung und die privilegierte Stellung der Wirtschaft insbesondere eine Ausdehnung der Kontrollfunktion – die ja überwiegend politisch gedacht ist – auf die Wirtschaft und hier speziell auf den im Wettbewerbsprozeß weniger direkt kontrollierten Entscheidungsbereich. Grundsätzlich gilt die Wirtschaft als durch den Wettbewerb hinreichend kontrolliert, aber dies trifft nur für die Produkt- und Preispolitik zu. Entscheidungen im Bereich der Standortwahl, der Produktionstechnik, der Arbeits- und Betriebsorganisation oder der Entgeltstrukturen werden durch Konkurrenz und Nachfrage nicht direkt kontrolliert. Öffentlichkeit sollte helfen, die Rationalität der Entscheidungen in diesen Bereichen zu erhöhen.

Die Kontrollfunktion wäre weiterhin auszudehnen auf den Bereich der Wirtschaftswissenschaften, die ihre Erkenntnisse bisweilen mit einem beträchtlichen Ausmaß an Kühnheit präsentieren und andererseits mit ebensoviel Blindheit drängende Fragen der Gegenwart und der Zukunft ignorieren. So findet die Diskussion über den Einfluß des technischen Fortschritts auf die Beschäftigung weitgehend in den Massenmedien statt, während die Wirtschaftswissenschaften über das Konzept der rationalen Erwartungen oder der rationalen Ignoranz rasonieren.

Konzeptionell wäre zu berücksichtigen, daß das Wirtschaftsressort stärker als andere klassische Ressorts auf Elemente des Wissenschaftsjournalismus zurückgreifen kann und muß. Kann, weil in der Person des Wirtschaftsjournalisten in der Regel wissenschaftlich fundierte Transferstrukturen vorgegeben sind und Berührungängste und Verständnisbarrieren nicht zu vermuten sind. Muß, weil die Wirtschaftswissenschaft als Sozialwissenschaft nie endgültig Theorien als wahr oder falsch klassifizieren kann, die praktische Wirtschaftspolitik mithin auf einem schwankenden theoretischen Fundament steht, dessen Raum-Zeit-Gebundenheit deutlich zu machen wäre, um eine Kontrolle der Paradigmen und Paradigmenwechsel zu vertiefen.

Schließlich erwächst der Wirtschaftsberichterstattung konzeptionell die Aufgabe, quasi gegen den Strich der Wettbewerbsidee die Interessen der im Wettbewerbsprozeß Unterlegenen zu artikulieren. Kritische Aufklärung müßte vor allem die Macht als Folge und

Ursache von Einkommens- und Vermögensverteilung der Vorstellung der leistungs-begründeten Ungleichheit gegenüberstellen. Die Einsicht in die Funktionalität der Ungleichheit wäre bereits ein Fortschritt gegenüber der gegenwärtig praktizierten Berichterstattung.

3.2. Recherechfeld der Wirtschaftsberichterstattung

Eine dem öffentlichen Sektor vergleichbare Informationspflicht besteht in der Wirtschaft nicht. Das Publizitätsgesetz und die Vorschriften des Bilanzrichtliniengesetzes über den Inhalt von Jahresabschluß und Lagebericht einer Unternehmung bieten in Aktualität und Umfang auch nicht näherungsweise Ersatz. Von den Unternehmen zu fordern, freiwillig umfassend zu informieren²⁹, mag sinnvoll sein, doch bliebe eine solche Information stark interessengebunden und wird bezeichnenderweise auch bevorzugt als Methode zur Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit aus der Sicht der Unternehmen vorgeschlagen. Schließlich besteht für die Unternehmen als wesentlichem Teilsystem der Wirtschaft ein erhebliches und partiell sicher berechtigtes Interesse, unternehmungsbezogene Informationen der Konkurrenz vorzuenthalten. Daraus folgt und dies wird durch Untersuchungen bestätigt³⁰, daß der Informationsfluß aus den Unternehmen fast ausschließlich von den Unternehmen selbst bestimmt wird.

Über diese Schwierigkeiten hinaus wird die Verwertung selbst recherchierter Informationen insbesondere aus dem Unternehmensbereich – und damit die Recherchemotivation – durch die möglicherweise weitreichenden finanziellen Folgen der Veröffentlichung nicht gerade gefördert. Zwar ist auch für den Bereich der Wirtschaft zwischen dem Recht der Öffentlichkeit auf Informationen und dem Recht am Unternehmen abzuwägen, doch begründen Richterrecht und das Prinzip der Güterabwägung im Einzelfall Unsicherheiten, die eine Zeitung vor einer Veröffentlichung leicht zurückschrecken lassen. Eine naheliegende Konsequenz wäre die Erprobung neuer Recherchemethoden. Da die Pressefreiheit die rechtswidrige Beschaffung auch zutreffender Informationen nicht deckt, ist die legale praktische Betriebserfahrung eines Wirtschaftsredakteurs besonders wichtig. Damit bestünde wenigstens die Chance, die Recherche auf die vernachlässigten Felder Organisationsstruktur, Betriebsführung, Absatzpolitik und Personalwirtschaft auszudehnen; die Bereiche Kostenstruktur, Planung, Investition und Finanzierung dürften hingegen verschlossen bleiben.

Der Marktlogik folgend wäre es insbesondere wichtig, das Recherechfeld auf die Erkundung der Informationswünsche der Rezipienten auszudehnen, die – wie z. B. bei der WDR-Sendung »Hallo Ü-Wagen« von Carmen Thomas – die Themen der Aussagenproduktion liefern können und für eine ressortbezogene Erfolgskontrolle unverzichtbar sind. Hier ist zu vermuten, daß die Wirtschaftsberichterstattung auszudehnen wäre auf die Ökonomik anderer Teilsysteme der Gesellschaft, z. B. der Bildung, Gesundheit, Freizeit oder Kirchen, Gewerkschaften und Parteien, deren Funktionen, deren Opportunitätskosten und Erträge für die Rollenausübung des einzelnen von eminenter Bedeutung sind. Vermutlich müßten die Massenmedien auch die Raumbezogenheit der wirtschaftlichen Ereignisse deutlicher herausstellen. So ist jeweils die regionale oder lokale Implikation z. B. der EG-Integration (Ist die kommunale Wirtschaftsförderung umzugestalten? Kann sich die ortsansässige Speditionsfirma im Markt behaupten?) oder des Sanierungsfalls »Neue Heimat« (Welche Wohnungen sind in der Region betroffen?) für den einzelnen von zentraler Bedeutung.

Der Kontrollfunktion als Teilbereich der öffentlichen Aufgabe entsprechend wäre das Recherchefeld stärker auf die Wirtschaft als Wissenschaft auszudehnen, deren Bedeutung für das Wirtschaftsressort größer ist als die Bedeutung der Wissenschaft für die anderen klassischen Ressorts.³¹ Generell bestehen mithin Chancen und Risiken des Wissenschaftsjournalismus speziell im Wirtschaftsressort. Wirtschaftswissenschaftliche Erkenntnis fließt indes eher implizit in die aktuelle Berichterstattung ein, als Beurteilungsmaßstab und Initiator neuer Ansätze in Wirtschaftspolitik und Unternehmensführung.³² Hier hat die Wirtschaftswissenschaft eine wichtige Funktion³³, wenn auch ihr Glanz entschieden verblaßt ist.³⁴ Notwendig wäre es, die Recherche auf diese – der praktischen Wirtschafts- und Betriebspolitik zugrundeliegenden – Theorien auszudehnen, ihre Raum-Zeit-Gebundenheit und Entstehungsgeschichte nachzuweisen und dem Rezipienten deutlich zu machen.

3.3. Nachrichtenauswahl

Es ist nicht möglich, die üblichen Kriterien der Selektion und Verarbeitung von Nachrichten und Themen für den Bereich der Wirtschaft unmodifiziert zu übernehmen. Genau genommen können sie überhaupt nicht übernommen werden, da sie bestenfalls ad hoc plausibel und vernünftig erscheinen; eine publizistikwissenschaftliche Fundierung steht noch aus. Es ist lediglich untersucht worden, welche Kriterien die Praxis für die Nachrichtenauswahl verwendet³⁵, zu verwenden glaubt³⁶ und zu verwenden vorschreibt.³⁷ Geht man aber einmal von einer solchen Liste aus, so sind wichtige Regeln für das Wirtschaftsressort nicht geeignet oder nur beschränkt und modifiziert zu verwenden.

Das Kriterium der Aktualität, das für die Praxis bestimmende Merkmal der Nachrichtenauswahl, ist für den Bereich der Wirtschaft sinnvoll nur sehr begrenzt tauglich. Weil Wirtschaft komplex und als eher langfristiger Prozeß angelegt ist, kulminiert sie nur sporadisch in Tagesaktualitäten. Umgekehrt ist das aktuelle Ereignis nur selten von wirklicher Bedeutung, und es muß für den nicht fachmännisch gebildeten Leser erklärt werden. Wenn die Bundesbank z. B. ankündigt, sie plane ein Wachstum der Geldmenge um x v. H., wird die Wirkung sich erst im Laufe des Jahres entfalten, wobei sich die mögliche Betroffenheit dem Rezipienten ohne Erläuterung nicht erschließt. Dagegen sprechen Nachrichten im Bereich der Ressorts Politik, Sport oder Lokales häufiger ohne weitere Erklärung für sich. Daraus folgt, daß das Aktualitätskriterium zumindest nur selten isoliert anzuwenden ist.

Das Kriterium der Thematisierbarkeit findet im Bereich der Wirtschaft nicht leicht eine Entsprechung. Je mehr ein Ereignis den kommunikativen Bedürfnissen der Massenmedien von sich aus – also ohne zusätzliche Bearbeitung – entgegenkommt, desto eher berichten sie darüber. Eine solche Eignung wird immer dann gegeben sein, wenn die Information ereignisbezogen, anschaulich, eindeutig, einfach, konkret, präzise und zeitpunktbezogen ist. Dies wird im Bereich der Wirtschaft eher selten sein – »Quellensteuer« oder »Milchquotenregelungen« entsprechen den Anforderungen an eine leichte Thematisierbarkeit sehr viel weniger als der »Abstieg von Schalke 04«. Die generell schlechte Thematisierbarkeit führt dann zu einer der Bedeutung nicht entsprechenden Häufigkeitsverteilung von behandelten Themen, die medienspezifisch ausgeprägt ist.³⁸ Eine solche Ungleichgewichtigkeit – gemessen an der Bedeutung für den einzelnen oder die Gesellschaft – dürfte sich allerdings in allen Ressorts finden lassen. Für die Wirtschaftsberichterstattung folgt hieraus, daß besondere Anforderungen an die Bearbeitung der Themen zu stellen sind: Die Redaktion muß das Konkrete, das Anschauliche, das Einfache produzieren.

Auch das Kriterium der Unterhaltbarkeit läßt sich im Bereich der Wirtschaft nicht einfach anwenden, denn die üblichen, den Unterhaltungswert eines Ereignisses prägenden Elemente – Prominenz des Handlungsträgers, Dramatik, Emotionalität, Kuriosität, Sex und Konflikt – tauchen in der Wirtschaft nur selten auf. Generell empfiehlt es sich, die spärlichen Möglichkeiten, die die Wirtschaft an Unterhaltungswert bietet, intensiv zu nutzen. In diesem Zusammenhang ist die Methode der Personalisierung zu beurteilen. Hier sollte man unterscheiden zwischen der Personalisierung eines abstrakten Ereignisses, z. B. Arbeitslosigkeit (Herr V. wird arbeitslos...), zwischen der Personalisierung einer Handlung, bei der die Handlungsträger richtig benannt werden (der Leiter der Beschlußabteilung X, Herr Y, statt »das Bundeskartellamt«), und der Personalisierung, die einem Ereignis einen prominenten Handlungsträger nur überstülpt (»Lothar Späth bekommt sein Bankhaus«). Nur im letzten Fall besteht die Gefahr, daß die Personalisierung den Informationskern verdeckt; hier wäre die Personalisierung bestenfalls second-best-Methode, um Unterhaltungswert zu gewinnen. Generell aber ist das Übermaß an Personalisierung eher ein Problem der anderen klassischen Ressorts.³⁹

Das Kriterium der Bedeutsamkeit ist sicher das Kriterium, das die Auswahl der Meldungen und Berichte für den Wirtschaftsteil an erster Stelle leiten könnte. Dimensionen der Bedeutsamkeit wären für die Wirtschaftsberichterstattung insbesondere der Nutzwert für die tägliche Lebensführung, die Zahl der Betroffenen und die Nähe in räumlicher Hinsicht, die Valenz und das Ausmaß an Enthüllung.⁴⁰

3.4. *Darstellungsweise (Genrewahl und -gestaltung)*

Für die Wirtschaft sind Darstellungsformen wichtig, die erklären, analysieren, argumentieren und Zusammenhänge aufzeigen; Meldungen sind daher weniger geeignet als Berichte, Kommentare und Analysen. Notwendig sind Darstellungsformen, die das inhaltlich oft fehlende Unterhaltungselement bieten können, also Reportage, Glosse, Interview oder Portrait, und die die Elemente der Visualisierung nutzen wie Graphik, Tabelle, Synopse, Bildstatistik, Foto und Layout. Einfachheit und Klarheit wären ergänzend optisch zu gestalten mit Kurzfassungen, wiederkehrenden Rubriken und einsehbarer Ordnung. Die Wirtschaftsteile genügen diesen Ansprüchen selten, wie die verbreitete Kritik gerade an der Monotonie der Gestaltung des Wirtschaftsteils zeigt. Meldungen und einspaltige Berichte überwiegen, es gibt wenig Bilder, kaum Kommentare, Glossen oder Reportagen.⁴¹

Weitverbreitetes Element der Auflockerung ist statt dessen immer noch der bescheidene Humor, der sich in der üppigen Metaphorik der Überschriften im Wirtschaftsteil ausmachen läßt. Da »taucht das Seefrachtgeschäft aus dem Wellental auf«, die »Möbelhersteller polstern kräftig auf«, in der »Holzwirtschaft grünt die Hoffnung«⁴² und »Pirellis Gewinnprofil ist abgefahren«. Hier begegnet dem Leser der Diplomkaufmann in der Maske des Lyrikers.⁴³ Man muß allerdings folgendes sehen: dieses Element der Auflockerung spart Raum und Zeit, was die übrigen Elemente gerade nicht tun. Die Notwendigkeit von Erklärung und Analyse hat Konsequenzen für die Gestaltung der Formen: Der Aufbau von Berichten kann nicht generell dem üblichen Schema folgen, bei dem der Redakteur den Beitrag problemlos von hinten kürzen kann. Bisweilen ist eine Argumentation aufzubauen, bei der kein Baustein fehlen darf. Wenn nicht genügend Platz zur Verfügung steht, dann bleibt nur der Mut zum »Black-Box«-Journalismus. Man muß akzeptieren, daß ein Sachverhalt, zu dessen Verständnis die Fachleute fünf Jahre studiert

haben, sich nicht in wenigen Sätzen erklären läßt. In der Regel können Wirkungsmechanismen in der Black-Box verbleiben: Der Leser muß nicht wissen, auf welchem Wege eine Geldmengenänderung das Preisniveau beeinflusst; wichtiger ist zu wissen, um wieviel und wann die Preise steigen werden, vielleicht noch, daß es so ganz sicher auch nicht ist.

3.5. Reduktion von Komplexität

Verständlichkeit der Darstellung ist für den Bereich der Wirtschaft besonders notwendig und besonders schwierig zugleich, weil die Komplexität des Systems sehr groß ist, die Besetzung mit wissenschaftlichen Fachausdrücken häufig und das Wissen über wirtschaftliche Vorgänge im allgemeinen nicht besonders ausgeprägt ist. Zu fragen ist, ob die Forschungsmethoden der Wirtschaftswissenschaft, die, wie andere Wissenschaften auch, darauf angewiesen ist, komplexe Vorgänge zu zergliedern und im separaten Gedankenexperiment isoliert zu untersuchen, für die journalistische Darstellung brauchbare Hinweise geben.

Die *ceteris-paribus*-Methode erscheint zur Übernahme nicht geeignet. Sie, die schon im Wissenschaftsbetrieb dazu verführt zu vergessen, die isoliert gewonnenen Gesetzmäßigkeiten wieder zu einer umfassenden Theorie zusammensetzen, würde den Rezipienten mit einer solchen Aufgabe erst recht überfordern. Man kann die Wirkung z. B. einer Zunahme der Staatsverschuldung nicht jeweils unter der Annahme konstanter Wechselkurse, konstanter Investitionsneigung oder gegebener Beschäftigung darstellen und dann dem Leser die Synthese überlassen. Die Berichterstattung wird, wenn über Staatsverschuldung überhaupt abstrakt berichtet werden sollte, die Synthese vornehmen müssen, und sei es nur mit der Aussage, die Wissenschaft beurteile die Auswirkungen kontrovers. Eine marktorientierte Konzeption erfordert indes viel häufiger, über die Wirkungen eines Vorganges auf die wirtschaftlichen Rollen des Lesers zu informieren. Hier besteht dann die Möglichkeit, zwar nicht *ceteris paribus* zu argumentieren, aber doch ähnlich isoliert Rollenwirkungen darzustellen. So könnte die Berichterstattung einmal die Bedeutung für die Sparer herausstellen, ein andermal die Konsequenz für die Konsumenten. Nicht erforderlich ist die gleichzeitige Darstellung aller Wirkungen, da Wirkungen sich oft langfristig entfalten.

Das zweite Charakteristikum (wirtschafts-)wissenschaftlicher Forschung, jeweils nur das Wesentliche zu betrachten, entspricht exakt journalistischer Darstellungsweise. Dabei ist lediglich die Perspektive, unter der Wesentliches von Unwesentlichem getrennt werden soll, u. U. verschieden. Ist es Ziel, über die Funktionsweise der Gesellschaft unter ökonomischem Aspekt zu berichten, dann ist die Perspektive gleich. Die marktorientierte Konzeption erfordert indes eine Auswahl aus der Perspektive des Rezipienten, und es ist sehr fraglich, ob Allgemeinbildung Priorität in dessen Zielkatalog hat. Auch hier bietet die Berichterstattung über Wirkungen auf die ökonomischen Rollen eine Möglichkeit, die Komplexität individuell zurechenbar zu reduzieren und damit dem Bedürfnis, individuellen Nutzen zu haben, als Ziel Rechnung zu tragen. Rezipientenorientierung kann mithin als Ziel der Berichterstattung zugleich eine sinnvolle Methode zur Reduktion von Komplexität abgeben.

Schließlich ist es unumgänglich, die Fachterminologie zu übersetzen, um abstrakte Konzepte, z. B. Rückstellung, Reallohn oder Preisindex, anschaulich darzustellen. Verständnisbarrieren sind durch Übersetzung des »Fachjargons« in die Alltagssprache zu überwinden. Dabei muß man oft in Kauf nehmen, daß eine Übersetzung nicht alle Feinheiten enthalten kann, aber die Grundvorstellung muß stimmen und eine konkrete

Vorstellung möglich sein. Bei dem Begriff »Quellensteuer« stimmt die Grundvorstellung nicht, der Laie denkt, es werde eine neue Steuer eingeführt. In der Übersetzung des Begriffes Bruttosozialprodukt mit »Ausdruck der wirtschaftlichen Leistung eines Landes« fehlt die Konkretheit, die Übersetzung als »Wert der Produktion eines Landes« ist dagegen nicht ganz zutreffend, vermittelt aber die richtige Grundvorstellung und erlaubt einen Vergleich mit bekannten Konzepten.

Analogien und Metaphern ermöglichen eine anschauliche Übersetzung abstrakter Konzepte und Zusammenhänge. Butterberg und Währungsschlange gelten als gute Beispiele⁴⁴, aber das eine Wort ist nicht erklärungsbedürftig und das andere erklärt nichts; es besteht die Gefahr der Verselbständigung. Daß man an einem Strick ziehen, aber nicht mit ihm schieben kann, war ein sehr schöner Vergleich für die asymmetrische Wirksamkeit der Geldpolitik; allerdings hat man ihn auch noch verwendet, als er mit der Theorie nicht mehr übereinstimmte. Ein anderes Beispiel: Die in den Massenmedien unausrottbare Behauptung, die Bürger eines Landes mit hoher Staatsverschuldung lebten auf Kosten ihrer Enkel, ist sicher deswegen so langlebig, weil der Vergleich so anschaulich und eingängig ist. Ein Abwägen zwischen Richtigkeit und Anschaulichkeit kann letztlich nur im Einzelfall erfolgen, allerdings sollte ein Journalist nicht darauf verzichten, wenigstens eine richtige Grundvorstellung zu vermitteln.

*

Eine konsequente Rezipientenorientierung entspricht der Marktnorm der Wirtschaftswissenschaften. Sie ist zugleich notwendige, allerdings nicht hinreichende Bedingung für die Erstellung auch des öffentlichen Teils der Aussagenproduktion. Besonderheiten des Ressorts Wirtschaft begründen erhebliche Schwierigkeiten, verständlich und unterhaltsam zu schreiben. Diese sind überwiegend an die Eigenschaften des Teilsystems Wirtschaft gebunden; partiell ist wohl die traditionelle wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung als Ursache zu vermuten. Eine konsequente Rezipientenorientierung, d. h. eine Orientierung am individuell zurechenbaren Nutzen der Wirtschaftsberichterstattung, erfordert einerseits besondere journalistische Anstrengungen bei Recherche, Genrewahl und Genregestaltung, bietet andererseits aber zugleich handhabbare Kriterien für die Selektion und Bearbeitung von Themen und eine angemessene Methode zur Reduktion von Komplexität.

ANMERKUNGEN

- 1 So ist die subjektiv eingeschätzte Unentbehrlichkeit von Informationen über die Wirtschaft mit Abstand am geringsten, noch geringer als die Unentbehrlichkeit von Informationen über Technik und Wissenschaft sowie Kunst und Kultur. Vgl. Klaus Berg / Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): *Massenkommunikation III. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1985*. Frankfurt/Main 1987, S. 139.
- 2 Der Wirtschaftsteil wird häufig vor den übrigen Teilen der Zeitung produziert.
- 3 Es existiert eine Reihe von inhaltsanalytisch ausgerichteten Arbeiten. Vgl. Anne-Katrin Haß: *Nachrichtenverarbeitung und Darstellung im Wirtschaftsteil regionaler Tageszeitungen mit Vollredaktion im Ruhrgebiet*. Unveröffentlichte Diplomarbeit am Institut für Journalistik der Universität Dortmund. Dortmund 1981; Claus-Peter Müller: *Die Wirtschaftsberichterstattung zur Zeit der Wende - untersucht am Beispiel der Dortmunder Tageszeitungen Ruhr-Nachrichten und Westfälische Rundschau*. Unveröffentlichte Diplomarbeit am Institut für Journalistik der Universität Dortmund. Dortmund 1984; Wolfgang Posewang: *Verbraucherinformation in der Tageszeitung. Eine Untersuchung zur wirtschaftspolitischen Berichterstattung in der regionalen Abonnementzeitung*. Dissertation, Bremen 1982; H. Sachs: *Unternehmen im Spiegel der Presse*. München 1980; Detlef Schröter: *Die Qualität der Wirtschaftsberichterstattung*. Unveröffentlichtes Manuskript des Instituts für Kommunikationswissenschaft (Zeitungswissenschaft) der Universität München. München 1986, und Klaus Sondergeld: *Die Wirtschafts- und Sozialberichterstattung in den*

- Fernsehnachrichten. Münster 1983. Daneben gibt es »klassische« Erklärungen des Wirtschaftsteils, insbesondere Hein Anhold: Wirtschaftsnachrichten – erklärt und entschlüsselt. Frankfurt/Main 1978; Jürgen Eick (Hrsg.): So nutzt man den Wirtschaftsteil einer Tageszeitung. Frankfurt/Main ¹¹1987; Burkhard Röper: Wirtschaftsnachrichten in der Weltpresse. München ²1977. Schließlich gibt es kritische Anmerkungen zur Wirtschaftsberichterstattung, so insbesondere Hans Magnus Enzensberger: Blinde Kuh-Ökonomie. In: »Trans Atlantik«, Jg. 1982/Nr. 2, S. 11–14; Peter Glotz / Wolfgang R. Langenbacher: Der mißachtete Leser. Köln 1969, insbes. S. 65–81; Klaus-Peter Kisker: Public relations statt objektiver Berichterstattung. In: Eckart Spoo (Hrsg.): Die Tabus der bundesdeutschen Presse. München ²1973; Wolfgang Schöhl: Wirtschaftsjournalismus. Über den Wolken. In: »Journalist«, Jg. 1989/Heft 4, S. 8–11, und Jürgen Tern: Wirtschaftsjournalismus und die Interessen der Industrie. In: Jürgen Tern: Der kritische Zeitungsleser. München 1973, S. 48–58. Hervorzuheben ist die 1987 erschienene Monographie von Wolfgang W. Schöhl: Wirtschaftsjournalismus. Nürnberg 1987, die sich relativ umfassend mit den Problemen der Wirtschaftsberichterstattung vor allem im Rundfunk befaßt.
- 4 Damit geht diese Definition noch über den von Schöhl so genannten »Wirtschaftsjournalismus im weiteren Sinne« hinaus. Vgl. Wolfgang W. Schöhl: Wirtschaftsjournalismus [1987], a. a. O., S. 13 f.
 - 5 Speziell Probleme des Wirtschaftsjournalismus im Fernsehen behandelt Wolfgang W. Schöhl: Wirtschaftsjournalismus [1987], a. a. O., S. 124 ff.
 - 6 vgl. die Sammelbände zu BDZV-Tagungen Vom Zeitungsverkauf zum Zeitungsmarketing. Düsseldorf 1986, und Zeitungen für den Markt von morgen. Düsseldorf 1987, und vor allem Rudolf Huber: Redaktionelles Marketing für den Lokalteil. München 1986. Dabei hat Huber (S. 276) deutlich gemacht, daß konsequente Marktorientierung nicht notwendigerweise zu reinem Unterhaltungsjournalismus führt. Überraschend marktähnlich klingen die Forderungen in der Journalistik der DDR. Vgl. Karl-Heinz Röhr: Journalistische Tätigkeit und die Qualität journalistischer Produkte. In: »Theorie und Praxis des wissenschaftlichen Journalismus«, 16. Jg. 1988/Heft 1, S. 1–7, insbesondere S. 1.
 - 7 vgl. z. B. R. H. Coase: The Market for Goods and the Market for Ideas. In: »American Economic Review, Papers and Proceedings«, Vol. 64 (1976), S. 384–391, und Milton Friedman: The Economics of Free Speech. In: »Ordo«, 30. Jg. 1979, S. 221–227.
 - 8 Niklas Luhmann: Öffentliche Meinung. In: Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Politik und Kommunikation. München und Zürich 1979, S. 31.
 - 9 ebenda, S. 55 f.
 - 10 Jürgen Eick: a. a. O., S. 15.
 - 11 vgl. Peter Glotz / Wolfgang R. Langenbacher: a. a. O., S. 80.
 - 12 Ob das Teilsystem Wirtschaft die gesellschaftliche Entwicklung führt und ihm damit der funktionale Primat zufällt, kann hier offen bleiben. Vgl. Niklas Luhmann: Soziologische Aufklärung. Aufsätze zur Theorie sozialer Systeme. Köln und Opladen ⁴1974, S. 255 ff.
 - 13 In diesem Sinn spricht Lindblom von der privilegierten Position der Wirtschaft. Vgl. Charles E. Lindblom: Jenseits von Markt und Staat. Stuttgart 1980, S. 278.
 - 14 Jürgen Tern: a. a. O., S. 48.
 - 15 Die Fremdbestimmtheit journalistischer Arbeit in privatkapitalistischen Medienbetrieben könnte ja nur die Tendenz des Gesamtproduktes erklären, nicht aber speziell des Wirtschaftsteils.
 - 16 Dies wird sehr deutlich von Luhmann herausgestellt; vgl. Niklas Luhmann: Soziologische Aufklärung, a. a. O., S. 213 ff.
 - 17 ebenda, S. 210
 - 18 vgl. Wolfgang Schöhl: Wirtschaftsjournalismus. Über den Wolken, a. a. O., S. 15.
 - 19 Damit entspricht die Wissenschaftsberichterstattung im Bereich der Wirtschaft der Berichterstattung über Geistes- und Sozialwissenschaften generell. Auch hier wird selten über neuere Forschungsergebnisse berichtet, aktuelle und politisch kontroverse Themen überwiegen. Vgl. Stephan Ruß-Mohl: Journalistik-Wissenschaft und Wissenschafts-Journalistik. In: »Publizistik«, 30. Jg. 1985/Heft 2–3, S. 269. Zum Wissenschaftsjournalismus generell vgl. Robert-Bosch-Stiftung (Hrsg.): Wissenschaftsjournalismus und Journalistenausbildung. Eine Bestandsaufnahme. Tagungsbericht zum 1. Colloquium Wissenschaftsjournalismus vom 10./11. Dezember 1982 in Stuttgart-Hohenheim. Stuttgart 1983, Teil IV, und zum Verhältnis von Wirtschaftsberichterstattung zur Wirtschaftswissenschaft vgl. speziell: Economists consider economic reporters and vice versa: A discussion. In: »The American Economic Review, Papers and Proceedings«, Vol. 62 (1972), S. 373–390.
 - 20 vgl. Wolfgang Schöhl: Wirtschaftsjournalismus [1987], a. a. O., S. 51.
 - 21 So ein Ergebnis einer Analyse amerikanischer Fernsehnachrichten; vgl. Klaus B. Jensen: News as Ideology: Economic Statistics and Political Ritual in Television Network News. In: »Journal of Communication«, Winter 1987, S. 8–26, insbes. S. 19.
 - 22 So hat man in der Unternehmensberichterstattung eine große Einheitlichkeit der Themenstruktur und eine Konzentration auf wenige Themen festgestellt; vgl. Detlef Schröter: a. a. O.
 - 23 Jürgen Tern: a. a. O., S. 52.
 - 24 Dies ist der Grundgedanke der Ausbildung zum Wirtschaftsjournalisten im Studiengang Journalistik der Universität Dortmund.
 - 25 Gerd G. Kopper: Wirtschaftsberichterstattung. In: Problemhintergrund und Grundstrukturen in der Bundesrepublik Deutschland. Dortmund 1982, S. 6.
 - 26 Hans Magnus Enzensberger: a. a. O.
 - 27 So die Feststellung von Egle für die Schweiz. Vgl. Franz Egle: Wirtschaftsjournalismus. In: Florian H. Fleck / Ulrich Saxer / Matthias F. Steinmann (Hrsg.): Massenmedien und Kommunikationswissenschaft in der Schweiz. Zürich 1987, S. 65–77, insbes. S. 70 ff. Ausnahmen beginnen in der Bundesrepublik Deutschland zahlreicher zu werden, vgl. z. B. die rezipientenorientierte Berichterstattung der »Westfälischen Rundschau« oder der »NRZ. Neue Ruhr-/Rhein-Zeitung«.

- 28 vgl. z. B. die Kritik von Paul D. Scanlon: *Economic Reporting in the Media: Journalistic expertise as a substitute for expert knowledge*. In: »Antitrust Law and Economic Review«, Vol. 6 (1972)/Nr. 1, S. 33–46, insbes. S. 37 f.
- 29 vgl. z. B. Helmut Uebbing / Klaus Wiborg: *Über den Umgang mit Wirtschaftsjournalisten*. Frankfurt/Main 1989, S. 7, und Jürgen Eick: a. a. O., S. 356 f.
- 30 Detlef Schröter: a. a. O., S. 100 f.
- 31 Zum Rechercheheld Wissenschaft vgl. Otfried Jarren (Hrsg.): *Journalistische Recherche und Wissenschaft. Workshop »Themen – Fakten – Experten« 1./2. 12. 1987 Berlin. Pre-Print 2*, Berlin 1988.
- 32 *Damit liegt Wirtschaftsberichterstattung als Wissenschaftsberichterstattung überwiegend in Feld D der Klassifikation* von Stephan Ruß-Mohl: a. a. O., S. 270.
- 33 So glaubte Keynes, die Welt werde im wesentlichen durch die Gedanken der Ökonomen und Staatsphilosophen beherrscht. Vgl. John Maynard Keynes: *Allgemeine Theorie der Beschäftigung, des Zinses und des Geldes*. Berlin ³1966, S. 323.
- 34 Ein Indikator ist die geringe Resonanz, die die Tagungen der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften – Verein für Sozialpolitik in den Massenmedien finden.
- 35 z. B. Winfried Schulz: *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien*. Freiburg/Brsg. und München 1976, und Andreas Emmerich: *Nachrichtenfaktoren, die Bausteine der Sensationen*. Saarbrücken 1984.
- 36 Auf eine bemerkenswerte Diskrepanz zwischen der tatsächlichen und der vermeintlichen Verwendung von Nachrichtenfaktoren verweist Andreas Emmerich: a. a. O., S. 95 ff.
- 37 z. B. Heinz Pürer (Hrsg.): *Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen*. Salzburg 1984, S. 51.
- 38 vgl. Wolfgang W. Schöhl: *Wirtschaftsjournalismus [1987]*, a. a. O., S. 57 f.
- 39 Zum Politik-Ressort vgl. z. B. Siegfried Weischenberg: *Die Glaubwürdigkeitslücke des Fernsehjournalismus*. In: »Media Perspektiven«, Jg. 1987/Heft 11, S. 711–717.
- 40 Wolfgang W. Schöhl: *Wirtschaftsjournalismus [1987]*, a. a. O., S. 74, betont die Bedeutung der persönlichen Betroffenheit.
- 41 Anne-Katrin Haß: a. a. O.; S. 131 ff., Wolfgang W. Schöhl: *Wirtschaftsjournalismus [1987]*, a. a. O., S. 46 ff.
- 42 »Kieler Nachrichten«, 11. und 12. Mai 1983.
- 43 So die – allerdings umgekehrte – Kritik von Wolf Schneider: *Deutsch für Profis*. Hamburg 1984, S. 170.
- 44 ebenda, S. 169 f.