



# Medien-Brief 5/11

## Boulevard führt im Netz

Zunehmend mehr Menschen aller Bevölkerungsschichten nutzen Nachrichten-Websites. Die entsprechenden Portale verzeichnen steigende Aufrufe. Die Liste führt Bild.de mit 12,9 Millionen Lesern vor Spiegel.online mit 10,3 Millionen an (Mai 2011). Bei diesen Zahlen handelt es sich um „Unique User“. Unique User sind individuelle Nutzer eines Angebots, die nur einmal gezählt werden - unabhängig davon wie oft sie im Vergleichszeitraum ihre bevorzugte Seite aufrufen. Mit dem Münchener Abendblatt.de (Platz 10), Express.online (Platz 19) und BZ-Berlin.de (Platz 20) kamen neben Bild.de drei weitere Boulevardblätter unter die TOP 20.

## Wie berichtet Boulevard über Wirtschaft?

Angesichts der großen Verbreitung der Boulevardmedien, die allein mit ihren Zeitungen täglich 14 Millionen Menschen erreichen, ist der Ernst-Schneider-Preis der IHKs der Frage nachgegangen, wie die Boulevardmedien - gedruckt oder online - über Wirtschaft berichten. Eine entsprechende Studie hat das Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften der FU Berlin durchgeführt. Das Institut hat in der Untersuchungswoche 957 Wirtschaftsartikel, davon 413 aus dem Boulevard und 563 Online-Artikel analysiert. Die Ergebnisse werden in Kürze vorgestellt.

## Themenwoche Wirtschaft im Radio



„Ohne Moos nix los“, überschrieb der WDR eine Studie über Einstellung und Wissen junger Leute zu Geldfragen. Die überraschende Erkenntnis: Junge Leute sind relativ gut informiert. Sie sind sparsamer

als der Durchschnitt der Bevölkerung, und sie lehnen es ab Schulden zu machen. Das Thema „Finanzen und Geld“ gilt ihnen als wichtig und gleichzeitig als „kompliziert, anstrengend, belastend“. Es interessiert jeden vierten Jugendlichen sehr - und steht damit vor dem Thema Mode. Hauptinformationsquellen für finanzielle Dinge sind noch vor den Medien die Eltern. Dessen ungeachtet kündigte die Intendantin des WDR bei der Vorstellung der Untersuchung eine Themenwoche im Radioprogramm von 1Live an. Die Jugendwelle ist geübt darin, wirtschaftliche Themen mit einer Mischung von Nutzwert und Leichtigkeit zu vermitteln. Mit dem Institut für Journalistik an der TU Dortmund will der WDR neue Formate für Jugendliche entwickeln, die jungen Menschen Finanzthemen in Hörfunk, Fernsehen und Internet näher bringen.

## Das Glück der richtigen Antwort

Zum 40-jährigen Bestehen des Ernst-Schneider-Preises hat die Kunsthochschule



für Medien Köln unter Leitung von Prof. Reinhard Krumme einen Kurzfilm produziert. Der Film spielt mit dem Genre Talkshow, das für die Wissensvermittlung im Fernsehen von Bedeutung ist. Die beiden Autoren Marcus Zilz und David Jansen richten den Blick auf vermeintlich Nebensächliches: Stille, Stühle, hochkonzentrierte Gesichter - und das Glück, das in einer richtigen Antwort liegt. Der Film wird anlässlich der Preisverleihung am 26. Oktober gezeigt werden.

## Die erste Nachricht gilt Gaddafi

Wie das libysche Staatsradio unter Gaddafi arbeitete, beschreibt die Nachrichtenredakteurin Amina al-Wahaschi: Die erste Nachricht galt immer Gaddafi. Sie war positiv. Die zweite Nachricht knüpfte an die erste an. Sprach Gaddafi vom Wasser, handelte die zweite Nachricht vom Wasser. Regel Nr. 3 lautete: Was zählt, ist die Wirkung, nicht die Wahrheit. Heute arbeitet Wahaschi für den Rebellensender „Radio Freies Libyen“. Regel eins lautet jetzt: Die erste Nachricht gilt Gaddafi. Sie ist negativ. Die zweite Nachricht handelt von den Rebellen. Sie ist positiv. Regel drei: Was zählt, ist die Wirkung, nicht die Wahrheit. (Takis Würger im Spiegel vom 15. 8.2011).



## Wechsel in Frankfurt



Michael Best, Leiter der ARD-Börsenredaktion, wird zum 1. Oktober Sprecher der Bundesbank. Sein Nachfolger wird Markus Gürne, der zurzeit als Korrespondent in Neu Delhi arbeitet. Best hatte 2011 die Verleihung des Ernst-Schneider-Preis in Frankfurt moderiert.

## Deutsches Wall Street Journal

Ende des Jahres will das Wall Street Journal mit einem deutschsprachigen Online-Angebot auf den Markt kommen. Das Portal will internationale Wirtschaftsnachrichten anbieten. Die Hauptkonkurrenten in diesem Markt sind das Handelsblatt.com, ftd.de (Financial Times Deutschland), managermagazin.online, Wirtschaftswoche.de sowie n-tv.de. Das Handelsblatt hat kürzlich angekündigt, in sein Online-Angebot zu investieren. Dazu soll die 50-köpfige Redaktion erweitert werden.

## News im Netz immer populärer

Die Web-Angebote der deutschen Tageszeitungen erreichen sechs von zehn jugendlichen Internetnutzern (14 - 29 Jahre). Die Reichweiten steigen, wie die Zeitungs Marketing Gesellschaft mitteilte. Mit 26,1 Millionen Nutzern im Monat stellen die Zeitungen insgesamt das reichweitenstärkste Angebot im Netz dar. Das Angebot gilt bislang als defizitär. Anders als deutsche Zeitungen, die ihr Angebot kostenlos ins Internet stellen, hat die „New York Times“ kürzlich eine Bezahl-schranke aufgebaut und einen überraschenden Erfolg verbucht. 224.000 digitale Abos - ein Viertel der Printverkäufe - konnten für monatlich 20 Dollar abgeschlossen werden.

## Das Erste liegt vorne

Trotz der Marktführerschaft von RTL gilt die ARD bei den meisten Zuschauern als der Sender, auf den sie am wenigsten gern verzichten würden. Die Gründe liegen in der Informationsvermittlung. Die Mehrzahl der Befragten sieht sich bei den öffentlich-rechtlichen Sendern, speziell bei der ARD, ausführlich über das Ta-

gesgeschehen informiert. Die klassische Information gewichten Zuschauer höher als die Unterhaltungskompetenz, die sie eher Privatsendern wie RTL, Sat.1 ProSieben und Vox zusprechen, so das Ergebnis einer Repräsentativbefragung von TNS Infratest (Media Perspektiven 5/2011).

## Talkshows ohne Unternehmer

Ein harsches Urteil über die Talkshows des Fernsehens fällt Bernd Gäbler, der frühere Chef des Grimme-Instituts, aufgrund einer Untersuchung der gängigen Talkshow-Formate. Talkshows, so sein Fazit, entdeckten keine relevanten gesellschaftlichen Konflikte oder Umbrüche. Sie seien nicht vorausschauend, sondern reaktiv. Geredet werde über das, was bereits Thema sei und Quote verspreche, nicht über das, was Bedeutung habe und sich als gesellschaftliche Aufgabe abzeichne. Daher unterblieben Diskussionen über Außenpolitik, Computer und über soziale oder ökologische Visionen. Auch die zurzeit bedeutendste globale politische Umwälzung - die arabischen Freiheitsbewegungen - sei an den Talkshows vorbei gegangen. Talkshows, so ein Hauptvorwurf, zeigten keine Gespräche, sondern Inszenierungen von Gesprächen, bei denen jeder Gast eine zugewiesene Rolle besetze. Die Gesprächspartner seien Stammgäste auf den unterschiedlichen Kanälen. Wichtige gesellschaftliche Akteure wie Wirtschaftslenker, Künstler, junge Wissenschaftler, Reformen oder Bürgermeister von Großstädten kämen in Talkshows nicht vor.

## Wiso plus auf ZDFinfo

Ab dem 5. September sendet das ZDF auf seinem Digitalkanal ZDFinfo jeden Werktag von 18.45 bis 19.00 Uhr „Wiso plus“. Moderner und frischer als das etablierte Wirtschaftsmagazin soll die Sendung werden - mit Themen rund um Geld, Umwelt, Technik und Recht.

Kontakt: Christian Knull

Telefon: 0221 1640-157  
 Telefax: 0221 1640-499  
 E-Mail: christian.knull@koeln.ihk.de  
 www.ernst-schneider-preis.de  
 5. September 2011

