



Medien-Brief 2/15

Neues Nachrichtenformat „heute+“

Das ZDF testet auf Facebook und Twitter ein neues Nachrichtenformat mit Namen „heute+“. Zu aktuellen Themen gibt es kurze Videos, Fakten und Grafiken. Musik und



Sounds unterstützen die visuelle Gestaltung. Die Redaktion betrachtet die Seite als Angebot. Sie will mit Meinung aus dem Netz das Format weiterentwickeln.

Springer startet Politico.eu

In einem Newsroom mit vierzig Journalisten produziert Springer in einem Gemeinschaftsunternehmen mit der Politik-Plattform Politico in Brüssel seit kurzem „Politico.eu“. Zielgruppe sind Politik, Berater, Lobbyisten und Unternehmen. Neben einer Webseite, die werbevermarktet wird, gibt es einen Newsletter, der am frühen Morgen die Agenda für den Tag in Brüssel nennt. Im Sommer soll ein Abo mit Informationen zu regulatorischen und politischen Diskussionen in Europa starten. Die Preise für die verschiedenen Newsletter beginnen in den USA je nach Organisationsform des Kunden mit 6.000 Dollar. Eine wöchentliche Printausgabe soll das Angebot ergänzen. Die Startauflage beträgt 30.000 Exemplare. Das Jahresabo kostet 199 Euro, wichtige Entscheider bekommen das Heft umsonst.

Frust über die Wirtschaftsberichterstattung

Wie tickt Deutschlands Wirtschaftselite? Das Göttinger Institut für Demokratieforschung kann nach Interviews mit 160 Managern, Geschäftsführer und Unternehmern die Frage beantworten. Eine wichtige Erkenntnis: Alte Feindbilder existieren nicht mehr. Das gilt für Gewerkschaften wie für die SPD. Im Gegenteil: Als Vorbild gilt

der bislang letzte sozialdemokratische Bundeskanzler, Gerhard Schröder, wegen seiner als mutig empfundenen Umsetzung der Agenda 2010. Politisch vermissen die meisten die Beschäftigung mit Zukunftsfragen wie dem demografischen Wandel. Sie kritisieren verbreiteten Neid in der Gesellschaft und ihre als permanent erachtete öffentliche Beobachtung. Das Verhältnis zu den Medien ist belastet. Die meisten Unternehmer kritisieren die Berichterstattung als nicht immer sachkundig, zudem als „skandalisierend“ und „pauschalisierend“. Viele scheinen den Glauben an Qualitätsjournalismus verloren zu haben. Die Studie wurde vom Mineralölkonzern BP in Auftrag gegeben.

WDR #3sechzich



Öffentlich-rechtliche Nachrichten für junge Leute produziert neben dem ZDF jetzt auch der Westdeutsche Rundfunk. Der WDR nutzt dazu den YouTube-Kanal #3sechzich. Der Name soll den Blickwinkel auf die Welt verdeutlichen - 360 Grad. Das Format funktioniert auch auf Facebook und Twitter. Es will die Themen des Tages mit „Meinungsfreude, Empathie und Haltung“ vermitteln. Die Videos widmen sich auch Themen aus der Wirtschaft wie Datenschutz, Jugendarbeitslosigkeit und Finanzen.

Zeitschriftenmarkt immer vielfältiger

Im Jahr 2014 stieg der Umsatz der hiesigen Zeitschriftenverlage um 1,7 Prozent auf 15,1 Milliarden Euro. Die



Unternehmen beschäftigen mehr als 60.000 Mitarbeiter und erwarten 2015 ein leichtes Umsatzplus. Die Verlage brachten im vergangenen Jahr 133 gedruckte Zeitschriften neu heraus. Für Anzeigen und Vertrieb prognostizieren die Befragten einen Umsatzrückgang von 2,4 Prozent und 1,9 Prozent. Die digitalen Erlöse sollen aber um zehn Prozent steigen.



Überregionale Zeitungen verlieren

Kleine Auflagengewinne registrierten im ersten Quartal 2015 Spiegel und Focus, die ihren Erscheinungstermin auf den Samstag gelegt haben. Besser schnitt der Stern ab (plus 6,5 Prozent). Nach den neuen Zahlen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) verzeichneten die überregionalen Tageszeitungen deutliche Einbußen. Bild verlor neun Prozent verkaufte Auflage, die Süddeutsche Zeitung sechs, die FAZ zwölf und die Welt sechs Prozent. Gleichzeitig stiegen die Online-Reichweiten. Bei der Wirtschaftspressen sehen die Zahlen besser aus: Capital, Brand eins, Manager Magazin und Enorm verkauften im Vergleich zum Vorjahresquartal zwischen einem und fünf Prozent mehr Zeitschriften.

Rach coacht Restaurantgründer



Ab dem 26. Mai zeigt das ZDF eine neue Grönder-show mit dem Sternekoch Christian Rach. Die Sendung heißt „Rach und die Restaurantgründer“, vier Folgen sind geplant. Ein ähnliches

Format von Kabel eins wollten wenige Zuschauer sehen. Es hieß „Restaurant Startup“ und wurde nach zwei Folgen aus der Primetime genommen. Rach gewann mit der Sendung „Die Restaurantschule“ und einer Ausgabe des „Restauranttesters“ 2009 und 2011 den Ernst-Schneider-Preis für Wirtschaft in der Unterhaltung.

„Zeit Online“ mit schwarzen Zahlen

Die Zeit konnte im vergangenen Jahr in der Verlagsgruppe ihren Umsatz um acht Prozent auf 180 Millionen Euro steigern. Auf das Kerngeschäft entfielen 120 Millionen Euro. Die Wochenzeitung wuchs dabei um ein Prozent, die Magazinfamilie um vier Prozent. Zufrieden ist man mit den digitalen Umsätzen, die ein Plus von 29 Prozent aufweisen. „35.000 Leser haben ein Digital-Abo. Zeit Online“ konnte zum Ende des Jahres die roten Zahlen hinter sich lassen und erreichte den Break-Even.

Zu Gast bei Merkur

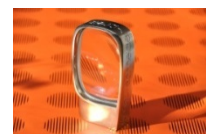
Beim „Merkur-Treff“ der Handelskammer Kiel, der traditionellen Begegnung zwischen Journalisten und Unternehmen, wird es in diesem Jahr auch um das Bild gehen, das Journalisten von Wirtschaft haben. Eine Untersuchung des Rheingold Instituts, vom Ernst-Schneider-Preis initiiert, bietet den inhaltlichen Rahmen.

Rasterfahndung per Handy



Die Nachrichtenredaktion des in Köln ansässigen Deutschlandfunk ist seit diesem Jahr Partner der „Initiative Nachrichtenaufklärung“. Dieser Zusammenschluss von Medienwissenschaftlern und Journalisten will die Öffentlichkeit auf Themen aufmerksam machen möchte, die von den deutschen Medien tendenziell vernachlässigt werden. Die Initiative verfasst dazu ein Ranking. Zu den Top Ten zählen nach Ansicht der Initiative Verkaufte Links, Undurchsichtige Finanzen politischer Stiftungen, Datensammlungen privater Firmen oder Rasterfahndung per Handy.

Kontakt: Christian Knüll
 Telefon: 0221 1640-157
 Telefax: 0221 1640-499
 E-Mail: christian.knuell@koeln.ihk.de
 www.ernst-schneider-preis.de



23. April 2015

