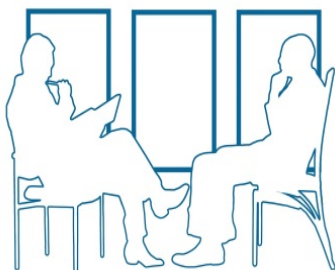




## Medien-Brief 3/17

### Schwierige Vermittlung von Wirtschaft



In einer Umfrage des Ernst-Schneider-Preis, an der 230 Journalistinnen und Journalisten teilgenommen haben, sagten 76 Prozent

der Befragten, dass Journalisten zu wenig tun, um die oft schwierigen wirtschaftliche Themen zu vermitteln. Zum Teil fehle dafür Zeit, zum Teil Fachwissen; im Radio und besonders im Fernsehen mangle es an Sendeplätzen. Das normale Wirtschaftsleben käme in der Berichterstattung oft zu kurz; auch wichtige Fragen der Geldpolitik und Wirtschaftspolitik würden zu wenig vermittelt. Insgesamt gewinnen Wirtschaftsthemen an Bedeutung. Das Interesse steigt an Digitalisierung (215 Nennungen), E-Mobilität (194), Altersvorsorge (194), Soziale Gerechtigkeit (164), Europa (162) und Zuwanderung (143). Alle Ergebnisse finden Sie unter: <http://ernst-schneider-preis.de/umfrage-2017/>

### Bald mehr digitale Radiosender

Mit der Radiogruppe Antenne Deutschland und der Media Broadcast treten in Deutschland zwei neue private Radioanbieter auf den Markt. Am 7. Juni 2017 haben die Gruppen den Zuschlag für das sogenannte zweite DAB+ Multiplex erhalten. Das Unternehmerkonsortium hat die Möglichkeit, bis zu 18 Hörfunkkanäle zu nutzen. Willi Steul, Vorsitzender des Vereins Digitalradio Deutschland und Intendant des Deutschlandradios, begrüßte die Entscheidung. Durch die neue Senderkette erhöht sich die Zahl der bundesweit per DAB plus ausgestrahlten Hörfunkkanäle auf 31. Die Verbreitung von Digitalradios nimmt besonders in Autos zu.

### Wirtschaftsskepsis in Schulbüchern

Wirtschaftsthemen werden in deutschen Schulbüchern oft nicht lebensnah vermittelt. Bei der Darstellung dominiert eine kritische Sichtweise auf Themen wie Industrialisierung und Globalisierung. Unternehmerische Dynamik und Unternehmensgründung werden zudem selten thematisiert. So die Ergebnisse der von zwei Professoren der Universität Siegen durchgeführten Studie „Marktwirtschaft und Unternehmertum in deutschen Schulen“, die im April vorgestellt wurde. Im Auftrag des Verbandes

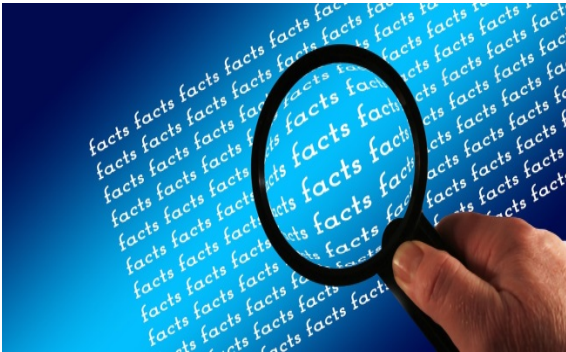


„Die Familienunternehmer“ untersuchten sie Rolle und Rezeption von Wirtschaftsthemen in 40 Schulbüchern. Schulbücher für die Fächer Erdkunde, Geschichte und Sozialkunde vertreten im Trend marktskeptische Haltungen. Beispielsweise wird Globalisierung „als ein Prozess interpretiert, bei dem es nur Verlierer gibt: Die Industrieländer verlieren Arbeitsplätze an die ‚Niedriglohnländer‘ und diese werden [...] ausgebeutet“. Das Vertrauen

auf den Staat als Problemlöser sei hoch, der Markt wird skeptisch betrachtet. Hingegen sind Schulbücher für das Fach Wirtschaft größtenteils ausgewogen. Insgesamt verzeichnet die Studie eine tendenziell objektivere Darstellung von Wirtschaft im Vergleich zu einer älteren Erhebung aus dem Jahr 2010.

## BR will Fake News enttarnen

Mitte Mai startete eine zwei Köpfe starke BR-Einheit zur Enttarnung von Falschnachrichten. Ihre Aufgabe: Gerüchte, „Fake News“ und Propaganda im Internet und



den Sozialen Medien aufzudecken und richtig zu stellen. Der BR kooperiert auch mit dem „Verifikation“-Team der Tagesschau. Je nach Anlass sollen die Recherchen und Ergebnisse auf den verschiedenen Plattformen des Bayerischen Rundfunks ausgespielt werden. Das Team soll auch erklären, wie sich Gerüchte viral verbreiten.

## Personalisierte Radio-App im Sommer

ARD und Deutschlandfunk entwickeln eine Audiothek-App. Jeder Nutzer kann ab Sommer mobil ein Wortprogramm aus 60 Wellen zusammenstellen. Die App ist personalisiert und bietet die Möglichkeit, sich vergleichbare Inhalte anzeigen zu lassen. Das Programm wird von Südwestrundfunk, Bayerischem Rundfunk und Radio Bremen entwickelt. Die privaten Sender kritisieren die Pläne als wettbewerbsverzerrende Expansion.

## Nachrichten in Europa meist kostenlos

Zwei Drittel von 171 untersuchten europäischen Medienhäusern testen Modelle, um ihre Inhalte im Internet verkaufen zu können. Meist werden bestimmte Artikel nur gegen Bezahlung zugänglich gemacht (Freemium Model), manchmal ist nur eine bestimmte Anzahl an Inhalten frei zugänglich (Metered Model). Sender in den untersuchten Ländern bieten ihre Nachrichten in der Regel gratis an, sowohl öffentlich-rechtliche Sender als auch private. Auch bei den nur online verbreiteten Medien regiert weitgehend noch die Gratis-Kultur. In Deutschland offerieren auch Ableger von US-Marken wie BuzzFeed oder Huffington Post ihre Angebote kostenfrei. Die Untersuchung hat das Reuters Institute for the Study of Journalism herausgegeben.

## Mehr Werbung im Fernsehen

Eine Abschwächung des Werbemarktes bei audiovisuellen Medien ist nicht in Sicht. Die Netto-Werbeumsätze des Fernsehens in Deutschland werden laut VPRT-Prognose 2017 um 2 bis 2,5 Prozent auf rund 4,7 Milliarden Euro steigen. Der Marktanteil von TV-Werbung könnte erstmals auf über 30 Prozent wachsen. Auch im Radio wird mehr geworben (plus 1,5 bis 2,0 Prozent); ein Anstieg auf rund 780 Millionen Euro. Während für die linearen Angebote mit einer stabilen Entwicklung und moderatem Wachstum gerechnet wird, prognostiziert der Verband für interaktiv verbreitete Angebote ein zweistelliges prozentuales Wachstum der Werbeumsätze.

## ZDFneo bietet viel

Um den Spaß am Präsentieren, Kaufen und Wiederverkaufen geht es ab Montag, 26. Juni 2017, 19.30 Uhr, in der werktäglichen Händlershow „Viel zu bieten“ in ZDFneo. Vier Händler sind auf der Suche nach außergewöhnlichen, Dingen und Dienstleistungen. Geplant sind zunächst 20 Folgen der 45-minütigen Sendung.

## Upday wächst

Die auf Samsung Handys vorinstallierte Nachrichten App Upday findet



mehr Nutzer. Nach aktuellen IVW Zahlen kletterte das zum Medienkonzern Axel Springer gehörende Angebot bei der Mobilnutzung hinter Bild.de, Spiegel Online, Focus Online und n-tv.de auf Platz fünf. Upday erhöhte die Reichweite im Mai um zwanzig Prozent und erzielte in Deutschland 77 Millionen Visits.

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

13. Juni 2017

