



# Medien-Brief 4/17

## Nominierungen für Ernst-Schneider-Preis



26 Wirtschaftsbeiträge aus Fernsehen, Hörfunk, Print und Onlinemedien sind für den Ernst-Schneider-

Preis 2017 nominiert worden. Sie vermitteln wirtschaftliche Zusammenhänge spannend und verständlich. [Hier geht es zur Liste der Nominierten.](#) Am 10. Oktober werden Mitglieder der Jurys in den Berliner Bolle Festsälen die Gewinner verkünden. Laudatoren sind unter anderem: Sven Gösmann, Chefredakteur dpa, Ralf Geisenhanslüke, Chefredakteur Neue Osnabrücker Zeitung, Manuela Kasper-Claridge, Head of Business and Science Deutsche Welle, Christoph Singelstein, Chefredakteur rbb und Andreas-Peter Weber, Programmdirektor DLF.

## Mehr Wirtschaft im Fernsehen

Der überragende Erfolg der 2015 mit dem Ernst-Schneider-Preis ausgezeichneten Gründersendung „Höhle der Löwen“ löst weitere Formatentwicklungen, die Wirtschaftsthemen unterhaltsam aufgreifen, aus. Mehrere Sender haben Projekte angekündigt. Meist stehen Startups im Vordergrund:

### 1 - Deutschlands bestes Gründertalent

„Das ist deine Chance“ ist der Arbeitstitel einer neuen Wirtschaftsshow auf Sat.1, die nach „Deutschlands bestem Gründertalent“ sucht. Die Bewerber müssen in verschiedenen Prüfungen beweisen, dass sie ihre Geschäftsidee von Woche zu Woche weiterentwickeln können. Dem Sieger stellt Carsten Maschmeyer das Startkapital für die gemeinsame Firma zur Verfügung. Produzent der Show ist die Kölner Sony Pictures.

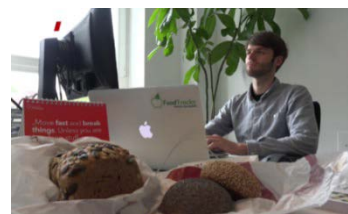
### 2 - Jung, weiblich, Boss!

RTL II arbeitet an einem Wirtschaftsformat für Frauen. Die Modedesignerin Jette Joop soll angehenden Geschäftsfrauen auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit unterstützen. „Jung, weiblich, Boss!“ wird das Format laut „Bild“ heißen.

### 3 - Ding des Jahres

ProSiebenSat.1 kündigte eine Show um Erfinder und Entwickler an, die der Entertainer Stefan Raab produziert wird. Die Sendung ist als Duell konzipiert und soll „Das Ding des Jahres“ heißen. Die Sendungen werden im Januar 2018 zu sehen sein.

### 4 - Ich mach mein Ding



Der WDR begleitet seit Anfang des Jahres fünf Gründer aus Nordrhein-Westfalen beim Aufbau ihres Geschäfts. Vom individuell und fair produzierten Schuh bis zu Bürostühlen mit Vibrationsalarm verfolgt die Autorin Katja Scherer zwei Jahre lang die Entwicklung der Startups. Die Beiträge von „Ich mach mein Ding“ können im Fernsehen, im Radio und online verfolgt werden.

### 5 - Verwandt und fleißig

Im Anschluss an „Die Höhle der Löwen“ sendet Vox Firmenportraits. Die Serie heißt „Meine Familien-Firma - Verwandt und fleißig“. Sie zeigt den Alltag von Betrieben. Geplant sind vier Folgen. Bei der ersten Episode blieben 1,3 Millionen Zuschauer dabei, der Marktanteil belief sich beim jungen Publikum auf 15 Prozent und machte Vox zum Marktführer.



## 6 - Produkte aus dem Käfig



Zur neuen Staffel der „Höhle der Löwen“ eröffnete Vox im Kölner DuMont Carré einen Pop-up-Store, wo Produkte der Sendungen erhältlich sind.

## NRW vor Bayern

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse hat die Reichweiten für Radiosender in Deutschland ermittelt. Meistgehörter Einzelsender ist Bayern 1 mit rund 1,1 Millionen Hörern in einer Durchschnittsstunde unter der Woche. Dahinter rangieren der private Sender Antenne Bayern, WDR 2 und SWR 3 (je 1 Million Hörer.) vor 1Live (dem Jugendprogramm des WDR). An der Spitze steht der Lokalsenderverbund Radio NRW mit 1,7 Millionen Hörern.

## Google zum dritten

In der dritten Förderrunde hat Google im Rahmen seiner Digital News Initiative (DNI) 3,7 Millionen Euro an deutsche Verlage ausgeschüttet - mehr als in allen anderen Ländern. Innerhalb von drei Jahren will Google 150 Millionen Euro an europäische Medien auszahlen, damit diese Innovationen vorantreiben können. In Deutschland werden fünf von 27 europäischen Großprojekten gefördert. So erhält die Deutsche Welle 437.500 Euro für das Projekt „news.bridge“. Die Funke Mediengruppe bekommt 500.000 Euro für Bewegtbild-Inhalte im Regionalen. Auch die Wirtschaftswoche, DuMont sowie von Gruner + Jahr erhalten Geld.

## ntv verlängert Nachrichten

Der Fernsehsender ntv hat seit September seine Nachrichten um 16 und 17 Uhr ausgeweitet. Der Kölner Sender wirbt jetzt mit dem Slogan „Wir bleiben dran“. Kurz vor der Bundestagswahl frischte ntv auch sein Logo auf. Der Bindestrich vor „n“ entfällt.

## Konstruktiver „Plan B“

Ab dem 7. Oktober wird im ZDF samstags um 17:35 Uhr „Plan B“ zu sehen sein. Das Magazin will in jeder Ausgabe ein Thema in den Mittelpunkt stellen und – das ist der neue Ansatz - Problemlösungen gleich mit anbieten, etwa

zum Umgang mit steigenden Mieten. Nach britischem und skandinavischem Vorbild setzt die Redaktion auf konstruktiven und lösungsorientierten Journalismus.

## Fernfahrerblues

Jede Nacht ist anders, schreibt der Deutschlandfunk, und verspricht drei Stunden voller Eindrücke und Informationen. Am 18./19. November ist die Sendung „Lange Nacht“ den Fernfahrern gewidmet, die, wie der Sender schreibt, das Rückgrat einer arbeitsteiligen Wirtschaft bilden. (23:05 - 2:00 Uhr)

## Jugend guckt fern



Der Aufstieg von Streaminganbietern wie Netflix oder Amazon Prime scheint an Grenzen zu

stoßen: Vor allem ganz junge Konsumenten schauen wieder vermehrt TV. Diese Entwicklung geht aus einer Studie der Hochschule Fresenius hervor. Bislang galten die Jungen als für das Fernsehen verloren. Der Anteil derjenigen, die ausschließlich traditionell fern schauen wächst leicht sowohl in der Altersgruppe 55+ als auch bei jüngeren Zuschauern im Alter von 18 bis 24 Jahren. Die Verantwortlichen der Studie begründen diesen Anstieg mit der steigenden Bequemlichkeit der Nutzer. So schein es einfacher, sich berieseln zu lassen, als selbst zu entscheiden, welchen Film oder welche Serie man sich anschauen möchte.

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



27. September 2017