



# Medien-Brief 1/18

## Preisverleihung in Nürnberg



1.300 zum Teil hervorragende Beiträge konkurrieren 2018 um den Ernst-Schneider-Preis. Die Themen spiegeln das wider, was die Menschen bewegt: Automatisierung der Arbeit, Entlohnung von Pflegekräften, Bau und Scheitern von Großprojekten, Aufstieg von Kryptowährungen, Transparenz der Lieferketten, Grenzen der

Globalisierung, Absprachen der Autoindustrie, Alltag von Migranten im Betrieb, Chinas Geoökonomie, Marktmacht von Amazon, bessere Konzepte der Entwicklungshilfe und nicht zuletzt der Einfluss der Instagramstars auf das Kaufverhalten. Über die Gewinner entscheiden prominent besetzte Jurys. Zugesagt haben die Intendanten des HR und des Deutschlandfunks, Manfred Krupp und Stefan Raue, RTL-Chefredakteur Michael Wulf, der CEO von Upday Jan-Eric Peters, die Chefredakteurin von Bild am Sonntag, Marion Horn, und der Chefredakteur der Wirtschaftswoche, Beat Balzli. Die Preisverleihung findet am 15. Oktober im Germanischen Nationalmuseum in Nürnberg statt. Barbara Hahlweg, ZDF, wird moderieren.

## Influencer müssen Regeln einhalten

Die Düsseldorfer Medienanstalt LfM geht gegen Influencer im boomenden Social-Media-Markt vor, die Inhalte und Werbung vermischen. LfM-Direktor Tobias Schmid: „Wer von Firmen Gegenleistungen wie Geld oder Produkte erhält, muss so eindeutig darauf hinweisen, dass der normale Nutzer diese Hinweise sofort erkennen kann.“ Die LfM drängt auch darauf, dass Streamingdienste wie Let's Play als Rundfunk angesehen und lizenziert werden – vorausgesetzt, sie werden live verbreitet, von mehr als 500 Usern gleichzeitig gesehen, sind redaktionell gestaltet und werden „entlang eines Sendeplans“ regelmäßig und wiederholt verbreitet.

## Weniger Vertrauen in Wirtschaft

Die Deutschen verlieren Vertrauen zu Unternehmern. Eine Forsa-Umfrage hat das ergeben, und sie liefert auch gleich die Gründe: Diesellaftäre, die Insolvenz von Air Berlin und der angekündigte Stellenabbau bei Siemens



beschädigten das Bild. Hingegen ist das Ansehen von Polizei und Gewerkschaften größer geworden. Vertrauensschwund erlitten auch

die Medien. Das Ranking:

1. Polizei (83 % – plus 6 Prozentpunkte gegenüber 2016)
2. Universitäten (80 % – unverändert)
3. Ärzte (78 % – unverändert)
4. Eigener Arbeitgeber (75 % – unverändert)
12. Gewerkschaften (49 % – plus 7 Prozentpunkte)
15. Presse (40 % – minus 4 Prozentpunkte)
19. Unternehmer (27 % – minus 18 Prozentpunkte)

## Vielfältiger, offener und farbiger

Susanne Amann, Spiegel und Astrid Maier, Wirtschaftswoche haben die Plattform „Diverse Media“ gegründet, um Wirtschaftsberichterstattung und Arbeitswelt zu verändern. Sie beklagen, dass sie häufig die einzigen Frauen im Kreis von weißen männlichen Journalisten sind. Der Blick auf die Welt müsse vielfältiger, offener und farbiger werden, denn „zeitgemäßer Journalismus entscheidet mit über das Wohl und die Zukunft unserer Gesellschaft“. <https://diverse.media/>

## Nachrichten meist auf Spiegelonline

2017 ermittelte eine repräsentative Marktanalyse wie und wo sich Nutzer online über Nachrichten informieren. Am häufigsten bei Spiegelonline mit einer Reichweite von 23 Prozent, vor Bild (17 Prozent). Auch genutzt werden



Tagesschau, Focus (je 10 Prozent), t-online, ntv, ZDF (je 8 Prozent) und natürlich Facebook (7 Prozent) (Media Perspektiven 10/2017).

### Lockende Vorurteile

Claus Kleber argumentiert in seinem Buch „Rettet die Wahrheit“ für unabhängige Medien. Der Moderator des „heute journal“ im ZDF beschäftigt sich mit dem Vorwurf des Grundkonsenses der Medien, dem kritisierten „Mainstream“. Selbstkritisch beschreibt er auch Wertungsmuster, die Einfluss auf Auswahl und Einordnung der Fakten haben können, zum Beispiel Vorstellungen, dass Verbraucherorganisationen eher Vertrauen verdienen als Industrie, Lobbyarbeit weniger der Gesetzesvorbereitung als den Interessen der Wirtschaft dient oder die Wahrheit stets irgendwo in der Mitte liegt. Kleber wirbt bei aller Selbstkritik für professionelles Hinterfragen, Durchbrechen von Klischees und Vorurteilen und eine aufklärerische Haltung.

### Treue Radiohörer



Täglich hören 53 Millionen Menschen in Deutschland Radio – im Schnitt drei Stunden lang. Die öffentlich-rechtlichen Programme erreichen 36 Millionen Menschen, die privaten 28 Millionen. Zwei Drittel hören täglich nur ein Programm. Die größten Tagesreichweiten haben WDR, vor SWR und NDR (ma 2017 Radio II).

### Preissprung bei „Impulse“

Neue Gesichter und neue Preispolitik beim Wirtschafts-magazin „Impulse“. Chefredakteurin ist jetzt Antonia Götsch. Der bisherige Chefredakteur Nikolaus Förster wird Herausgeber. Förster, der „Impulse“ 2012 von Gruner + Jahr durch ein Management Buy-out erwarb, hat das Magazin zu Jahresbeginn auf 19,90 Euro pro Ausgabe verteuert. Das Blatt soll als Premiumprodukt seinen mittelständischen Leserinnen und Lesern geldwerten Nutzen bringen. Die Abonnentenzahl beträgt rund 35.000 Leser.

### Abnehmende Finanzkompetenz

Die Deutschen überschätzen ihre Finanzkompetenz. Das geht aus einer aktuellen Umfrage des Bankenverbands hervor. Die meisten Bürger interessieren sich zwar für Wirtschaftsthemen und glauben, dass sie sich in Finanz-

angelegenheiten gut auskennen. Jedoch entspricht diese Selbsteinschätzung nicht der Realität. So wusste ein Viertel der Befragten nicht, was „Inflation“ bedeutet. Die Kompetenz der Deutschen in Finanzfragen nimmt seit 2014 ab. 2017 verfügten mehr als 60 Prozent über schlechte oder eher schlechte Finanzkenntnisse. 2014 lag der Wert noch bei 56 Prozent. Unter Dreißigjährige zeichneten sich durch eine besonders geringere Finanzkompetenz aus.

### Täglich drei Minuten Wirtschaft



Aus einem Programmvergleich der Jahre 2014 bis 2016 der großen Fernsehsender ermittelte das IFEM Institut charakteristische Unterschiede zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Programmanbietern, speziell beim Informationsangebot. Dies sei bei ARD und ZDF im Vergleich zu den Privaten wesentlich vielfältiger. Allerdings seien in der

ARD die Wirtschaftsanteile von 15 Minuten pro Tag im Jahr 2014 auf 13 Minuten in 2016 gesunken. Beim ZDF stiegen sie von 7 auf 8 Minuten, bei RTL gingen sie auf 5 Minuten zurück. Sat.1 beschäftigte sich täglich drei Minuten mit Wirtschaft (Media Perspektiven 5/2017).

### Das Ding des Jahres

Die von Stefan Raab produzierte Erfindershow „Das Ding des Jahres“ ist seit dem 9. Februar um 20:15 Uhr bei ProSieben zu sehen. Joko Winterscheidt, Lena Gercke und Rewe-Einkaufschef Hans-Jürgen Moog bilden die Jury. Über die Geschäftsideen und Erfindungen, zum Beispiel eine 10-Sekunden-Zahnbürste, Toilettenpapier in Taschenform und eine automatische Cocktailmixmaschine entscheidet das Publikum. Der Sieger erhält einen Werbevertrag auf den Sendern der ProSiebenSat.1-Gruppe in Höhe von 2,5 Millionen Euro.

Kontakt: Christian Knoll  
 Telefon: 0221 1640-8157  
 Telefax: 0221 1640-8499  
 E-Mail: christian.knoll@koeln.ihk.de  
 www.ernst-schneider-preis.de



13. Februar 2018

