

Hans-Jürgen Arlt/Wolfgang Storz

Krisenerlebnisse und Lernprozesse des Wirtschaftsjournalismus¹

Wer schützt unsere hoch entwickelte Wissens-, Informations- und Mediengesellschaft davor, in Situationen und Zustände hineinzulaufen, deren Zerstörungskraft und Destabilisierungspotenzial – vom Atom-GAU über den Finanzcrash bis zur Klimakatastrophe – ihre Existenz gefährden könnten? Wer, wenn nicht eine aufklärende und aufgeklärte Öffentlichkeit? Aber wie soll sich die Politik auf ein Mediensystem einstellen, das einerseits bei unbedeutendsten alltäglichen Anlässen zu Skandal-, Schock- und Chaosvokabular, zu Alarmgeschrei und Empörungsrhetorik greift und andererseits bei großen Gefahren zu Beruhigungs- und Beschönigungsjournalismus bereit ist?

Aus viel Geld noch mehr Geld zu machen ohne lästige Umwege über die Realwirtschaft, das ist zum Kerngeschäft der hochspekulativen Finanzindustrie geworden. Und trotzdem: Jedes Mal sind alle überrascht, dass dieses Geschäftsmodell, das per se auf Instabilität angelegt ist, in eine Krise mündet. Jedes Mal werden Verluste sozialisiert. Jedes Mal wird auch das Krisenmanagement des Staates und damit der Gesellschaft der Steuerzahler für die monetäre Elite zum Geschäft. Jedes Mal geht die Geschichte unter dem Motto weiter: ‚auf ein Neues‘. Gibt es einen Grund anzunehmen, dass sich so etwas nicht wiederholen wird? So etwas wie der problemblinde, desorientierende Umgang auch renommierter Qualitätsmedien mit einer sich entwickelnden globalen Finanzmarkt-Krise?

Der folgende Beitrag setzt sich (1) mit der Rolle des Wirtschaftsjournalismus in der Finanzmarktkrise auseinander, fragt (2) nach den Lernmöglichkeiten redaktioneller Arbeit und diskutiert (3) Unterschiede zwischen Politik- und Wirtschaftsjournalismus.

1 Wirtschaftsjournalismus in der Finanzmarktkrise

Als ‚Der Spiegel‘ im November 2008 schrieb, „es ist eine Weltkrise im Gang, materiell und moralisch, wie sie sich in solcher Wucht, in solcher Rasanz selten zuvor ereignet hat“⁴, stellten wir uns diese Frage: Dass Banken und Fonds vieles für und wenig gegen die Krise unternommen haben, dass Regierungspolitiker mitgemacht und die Wirtschaftswissenschaften versagt haben, das ist offenkundig – aber welche Chancen hatte das massenmediale Publikum, die Gefahren der Finanzmarkt-Entwicklung zu sehen und einzuschätzen? Ist es vorstellbar, dass die Mediengesellschaft des 21. Jahrhunderts, die sich ihrer Rationalität, ihrer wissenschaftlichen Aufgeklärtheit und ihres hoch entwickelten Risikobewusstseins rühmt, einer Schar Lemminge gleich an den ökonomischen Abgrund taumelt?

Der (Qualitäts-) Journalismus aber ist nicht getaumelt. Er ist forschen Schrittes, das hohe Lied des freien Marktes auf den Lippen, Richtung globaler Krise marschiert. Die Diagnose lautet: ‚kollektiver Realitätsverlust‘; in der jüngsten Zeitgeschichte vergleichbar mit den Potemkinschen Dörfern des real nicht mehr existierenden Sozialismus.

Einen Teil der Berichterstattung über die globale Krise der großen Spekulation, die den Finanzmarkt und damit ganze Gesellschaften zwischen 2007 und 2009 an den Abgrund geführt hat und für die bis heute noch keine Lösung gefunden ist, haben wir in unserer Studie ‚Wirtschaftsjournalismus in der Krise‘ konkret analysiert (Arlt/Storz 2010). Es war kein großes Forschungsprojekt, aber es sind solide, ertrag-

reich angesetzte qualitative ‚Probebohrungen‘. Kernelement der 274-Seiten-Studie ist eine quantitative und qualitative Auswertung von 822 Artikeln der fünf Qualitätszeitungen Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), Financial Times Deutschland (FTD), Handelsblatt (HB), Süddeutsche Zeitung (SZ), die Tageszeitung (TAZ); von 212 Meldungen des DPA-Basisdienstes und 141 Beiträgen aus ARD-Tageschau- und Tagesthemen-Sendungen. Erfasst wird der Zeitraum zwischen Oskar Lafontaines Rücktritt 1999 und dem G 20-Gipfel von Pittsburgh im September 2009, nicht als Vollerhebung, sondern anhand von insgesamt 16 ausgewählten Ereignissen. Fünf Fallstudien ergänzen die Auswertung, darunter das Medienecho einer nicht gehaltenen, aber bekannt gewordenen Rede von Ludwig Poullain, dem langjährigen Vorstandsvorsitzenden der WestLB, und zweier Reden von Finanzminister Steinbrück am Börsenplatz Frankfurt. Ein ausführlicher Literaturbericht, der das wissenschaftliche und publizistische Umfeld vorstellt, und zehn qualitative Interviews mit verantwortlichen Wirtschafts- und Finanzredakteuren sowie Wissenschaftlern komplettieren die Untersuchung.

Die untersuchten Medien mit den größten Reichweiten, DPA und die Nachrichtensendungen der ARD, bieten dabei zum Themenkomplex Finanzmarktpolitik nicht nur viel weniger als die Qualitätszeitungen – das ist normal und liegt in der Struktur der Produkte und auch der Arbeitsteilung zwischen den Medien. Sie kommen jedoch allzu oft über eine Berichterstattung in Form ereignisbezogener Zitatensammlungen nicht hinaus, die zudem für das Laienpublikum weitgehend unverständlich bleiben muss.

Aus Krisen von Unternehmen, Vereinen und Verbänden ist sie zur Genüge bekannt: die grenzenlose Bereitwilligkeit der Verantwortlichen und Zuständigen, Anzeichen für Krisen umzudeuten, klein zu reden oder zu missachten, Krisensymptome jedenfalls so lange als zufällige, isolierte, nebensächliche Phänomene zu be-

handeln, bis ihnen die Trümmer der dann bereits veritablen Krise um die Ohren fliegen und die Gefährdungen nicht mehr geleugnet werden können. Für unsere Gesellschaft scheint Vergleichbares zu gelten. Bis zum Bankrott von Lehman Brothers (15. September 2008) und weitere Tage danach hat der größte Teil des Wirtschaftsjournalismus Hand in Hand und Mund an Mund mit Wirtschaftsexperten und Politprominenz Leugnungs- und Beruhigungsrhetorik produziert. Die Redaktionen haben dieser Desorientierung viel Raum gegeben, fast immer ohne ihr zu widersprechen.

Sie haben im Großen und Ganzen die Wirtschafts- und Finanzakteure, allen voran den Chef der Deutschen Bank, Josef Ackermann, brav wiedergegeben und kein Wort darüber verloren, welche Interessen und Motive hinter deren Darstellungen und Einschätzungen stehen. Sie haben damit faktisch die Öffentlichkeitsarbeit der Finanzbranche als Expertenurteil verbreitet. Andererseits haben sie Kritikern der Finanzindustrie, die bereits früh die potenziellen Risiken thematisierten und die Krisengefahr benannten – dass es sie zuhauf gab, konnten andere und auch wir in unserem Literaturbericht belegen –, entweder nicht zugehört oder den massenmedialen Zugang mit Überlegung verweigert. Nun kann niemand sagen, es sei durchgängig eine Eigenschaft des Wirtschaftsjournalismus, stillzuhalten und zu allem, was geschieht, Zustimmung zu verbreiten.

Man kennt ihn auch anders. Wie er beispielsweise mit großem Eifer dagegen hält, Informationen und Argumente zusammenträgt, um lautstark zu drohen und Gefahren zu beschwören: Jedes Jahr aufs Neue warnt der Wirtschaftsjournalismus vor zu hohen Lohnforderungen; seit Jahren warnt er vor garantierten Mindestlöhnen und vor Missbrauch von Sozialleistungen; Mitte der 1980er Jahre warnte er vor der 35-Stunden-Woche, als komme sie dem Ruin der deutschen Wirtschaft gleich. Vor dem tatsächlich drohenden Ruin des globalen Finanz-

systems und den Folgen für die Realwirtschaft hat er nicht gewarnt. Da hat er wider alle wirtschaftliche Logik lieber den Glauben an die ‚Brandmauer‘ verbreitet, welche die Öffentlichkeitsarbeiter der Kapitaleite zwischen Finanz- und Realwirtschaft stehen sahen.

2 Lernmöglichkeiten redaktioneller Arbeit

Verlegt von der Otto-Brenner-Stiftung erblickt die Studie Anfang März 2010 das Licht der Öffentlichkeit. Die ersten Meldungen sind eine kurze Notiz im ‚Spiegel‘ mit der Überschrift ‚Studie: Medien haben in der Finanzkrise versagt‘⁴² und eine lange, dreiseitige Presseerklärung der Deutschen Presseagentur, die unter dem Titel ‚Forschen nach Belieben: dpa erläutert Berichterstattung zur Finanzkrise‘⁴³ der Studie vorhält, was alles nicht untersucht wurde. Auf die Kritik, die Meldung A sei journalistisch schlecht, sagt DPA, aber die Meldungen B und C wurden nicht untersucht. Berichtet hat DPA über die Studie zu keinem Zeitpunkt, natürlich auch nicht über unsere Antwort auf deren Vorhaltungen. Die von uns untersuchten überregionalen Tageszeitungen haben bisher vornehm geschwiegen. Ungehört verhalte auch unser Vorschlag, vorgetragen auf einer Veranstaltung des Mainzer Medien-Disputs in Berlin, sie mögen doch wenigstens, wenn sie schon nicht darüber berichten, von den sehr informativen und selbstkritischen Interviews jenes abdrucken, das wir mit ihrem jeweiligen Leiter der Finanz- oder Wirtschaftsredaktion geführt haben, um auf diese Weise mit ihrem Publikum in eine Debatte über Defizite und Verdienste und Konsequenzen der Finanzmarktberichterstattung zu kommen.

Heute tun wir uns schwer zu entscheiden, auf welche Weise wir mehr über Qualitätsmedien gelernt haben, anhand der Untersuchung ihrer Produkte oder aufgrund der Reaktionen auf unsere Befunde.

2.1 Individuelle Lernprozesse

Die Qualitätsmedien haben, das gilt es dennoch festzuhalten, in der Finanzmarktkrise Lernprozesse absolviert, die zu einer erheblich verbesserten Informations- und Orientierungsleistung geführt haben. Ab Herbst 2008 waren sie tiefer im Thema und konzentrierter am Thema - Hintergründe, verständliche Erklärungen, intensive Recherchen, eine Vielfalt an Meinungen und Perspektiven, Wachsamkeit und Warnungen vor neuen Krisenrisiken waren keine Zufallsfunde mehr. Aber die Finanzmarkt-Krise war ja auch *das* alles andere überragende Thema.

In der Griechenland- und Euro-Krise – das ist ein Eindruck, keine empirisch gesättigte Diagnose – knüpfen die Qualitätsmedien an diesen Kompetenzzuwachs an. Es zeigt sich einerseits eine boulevardgetriebene Dachkommunikation, die den Bodensatz primitiver Interpretationsmuster aufwirbelt: Südländer, in der Sonne oder am Tresen und selten am Arbeitsplatz, leben über ihre Verhältnisse – und reichen die Rechnung an die deutschen Zahlmeister weiter. Andererseits finden sich in den meisten Leitmedien, Print wie Funk, durchaus sachliche, erklärungsstarke, politisch inspirierende Beiträge, die der demokratischen Öffentlichkeit Substanz und Stärke verleihen. Die Kluft erscheint uns aktuell auffällig größer als üblich. Zugespielt: Der Journalismus spaltet sich in tumbe Krakeeler hier, aufklärungs- und lösungsorientierte Analytiker und Debattierer dort; dazwischen eine breite Mitte, die im Guten mithalten will, es aber nicht oder nur leidlich kann, weil es ihr an personellen Ressourcen und fachlichen Kompetenzen mangelt.

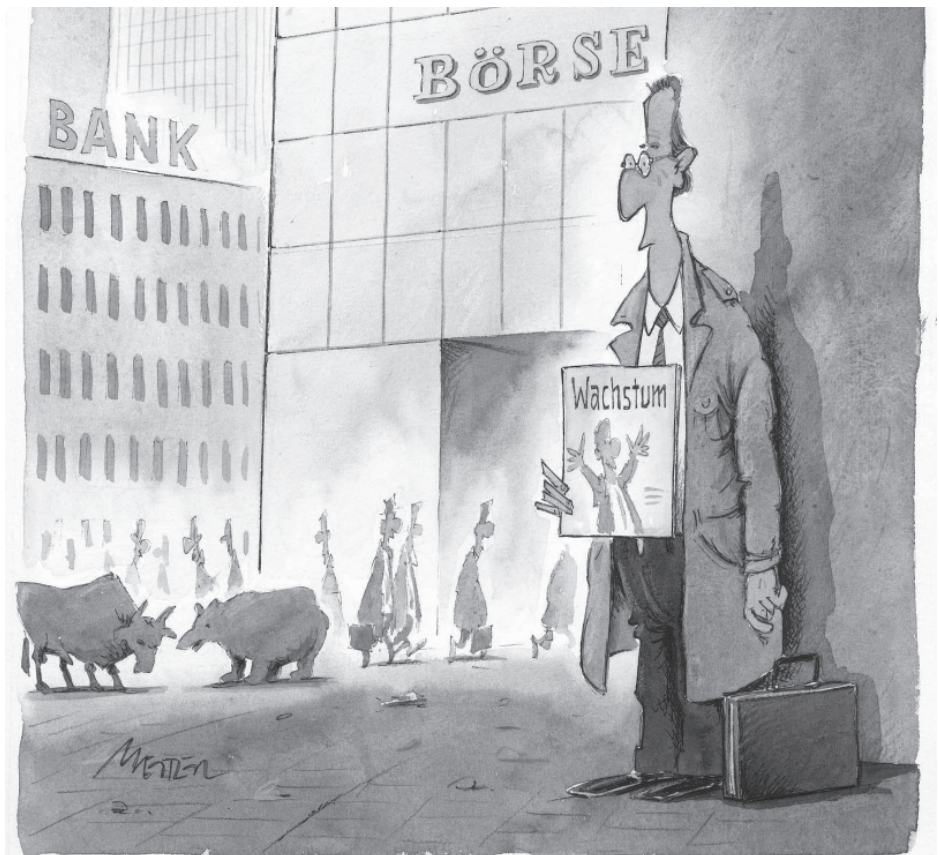
Was der Qualitätsjournalismus in der Finanzmarktkrise gelernt und in der Euro-Krise zum Besseren geändert hat, das hat er jedoch in seinem redaktionellen Kämmerlein ausgeheckt und heimlich neu eingeführt. Auf eine öffentliche Debatte mit seinem Publikum über Defizite und Verbesserungen seiner Arbeit hat er ver-

zichtet. So wurde die Chance auf einen öffentlichen gemeinsamen Lernprozess vertan – und damit auch die Chance, Vertrauen zurück zu gewinnen. Aber: Die letzte Chance ist gerade weg, da kommt schon eine neue; auf die Krisenproduktion der Finanzindustrie ist Verlass. Es ist kein Naturgesetz, sondern antiquiertes Organisationsverhalten, dass Redaktionen die Öffentlichkeit, die sie herstellen, selbst scheuen. Glaubwürdigkeit gewinnt der Journalismus auf diese Weise nicht. Sich zu weigern, vor dem eigenen Publikum öffentlich über die eigene Arbeit nachzudenken – Medien-Tagungen und Akademie-Diskussionen können das nicht ersetzen –, zeugt von einem Mangel an Souverä-

nität, vor allem aber von Geringschätzung der Leser und der Zuschauer.

2.2 Lernfeindliche Organisationsstrukturen

Bestimmt nicht in jedem Fall, aber in der Regel gilt: Redaktionen reagieren nach außen so, wie sich Organisationen verhalten, welchen Redakteure wiederum vorwerfen, sie seien unsensible Dickhäuter. Alles, was in Print- und Funkmedien negativ angemerkt wird über Unternehmen, die öffentliche Kritik erst einmal an sich abprallen lassen, über Verbände und Parteien, die sich in ihren Innenansichten verheddern und Außen-



beziehungen nur nach eigenem Gusto pflegen, scheinen Redaktionen selbst auch sehr gut zu beherrschen. Anders als die Redaktionsorganisation verhalten sich jedoch die Individuen, die in ihr arbeiten: Wie unsere Interviews zeigen, gehen einzelne Redakteure sehr überlegt, kritisch und selbstkritisch mit der journalistischen Arbeit im Vorfeld und im Verlauf der Finanzmarktkrise um.

Egal ob FAZ oder SZ, der Schließmechanismus von Organisationen, die externe Störungen wittern, funktioniert. Mehr Angst vor Öffentlichkeit als die Redaktionen, die die massenmediale Öffentlichkeit produzieren, haben auch Organisationen nicht, die Autos herstellen, Lebensmittel verkaufen oder Geld verleihen. Sobald sie selbst zum öffentlichen Thema werden, wenden die Redaktionen bzw. ihre Verlage genau die PR-Praktiken an, über die sie sich als Journalisten aufregen. Darüber könnte man zur Tagesordnung übergehen, wenn es nicht ein Indiz dafür wäre, dass der ‚organisierte Journalismus‘ hinter modernen Anforderungen ähnlich weit zurück bleibt wie die von ihm gerne als verkrustet und betonköpfig beschriebenen Organisationen. Die in manchen großen Verlagen nachgerade höfische Organisationskultur produziert ein Weltbild einfachster Ordnung, in dem Oben und Unten sowie Freund und Feind die zentralen Orientierungslinien bilden.

Wenn Journalisten es mit Unternehmen, Verbänden oder Vereinen zu tun haben, die genau so funktionieren, überbieten sie sich an Sarkasmus ob solcher Zustände. Mit Recht reagieren sie empört darauf, dass solche altbackenen Organisationen die Medien und Journalisten in gute und böse einteilen und, sofern sie zur zweiten Kategorie gehören, gerne mit Kontaktentzug bestrafen. Sie mahnen gegenüber solchen Organisationen den konstruktiven öffentlichen Umgang mit Kritik an, verlangen mehr Offenheit und Bereitschaft zum Dialog, erläutern, dass der Wille zur Veränderung und die Fähig-

keit zum Lernen zu unverzichtbaren Eigenschaften geworden seien. Und selbst?

Wetten, dass ‚Der Spiegel‘ keine Zeile gebracht hätte, wenn es auch um ihn gegangen, erst recht nicht, wenn er schlecht weggekommen wäre. Interviewanfragen kamen vom Hörfunk, den wir nicht analysiert haben, und von Medien-Diensten. Die Diskussion über die Befunde der Studie ‚Wirtschaftsjournalismus in der Krise‘ hat relativ ausführlich online stattgefunden, in Blogs und Foren, auf Homepages kleiner bis mittlerer Reichweite. Offline sind Fachblätter eingestiegen, die Tages- und Wochenzeitungen haben sich weitestgehend herausgehalten. Obzwar der Erkenntniswert der Studie beträchtlich ist, ist ihr Stellenwert aber so hoch nun auch wieder nicht und ihre Schwächen hat sie auch. Es geht also nicht um die Studie. Es geht um den Qualitätsjournalismus und vor allem um die Frage, wie Qualität gesichert und – bezogen auf das Thema Finanzindustrie – Qualität zurückgewonnen werden kann.

Unsere Erfahrungen zugrunde gelegt, lautet der aktuelle Befund: Es gibt in den Redaktionen eine Menge individuelles Lernen in lernfeindlichen Strukturen. Unsere These: Um ihrer eigenen Reputation und um des Niveaus der öffentlichen Kommunikation willen brauchen die Qualitätsmedien lernfreundliche Strukturen. Deshalb drängen sich solche Fragen auf: Hat der Journalismus in der Breite die Arbeitsbedingungen, die es ihm erlauben, möglichst sogar erleichtern, seine Arbeit gut zu machen? Wie können Redaktionen ihre Sensoren und Sensibilitäten so ausbauen, dass begründetes kritisches Wissen, das in der Minderheit ist und dem jeweiligen Mainstream nicht entspricht oder sogar widerspricht, in den Routinen des redaktionellen Alltags wie selbstverständlich wahrgenommen und geprüft wird? Und wie können Redaktionen eine demokratische öffentliche Diskussion befördern, deren interne Arbeitsprozesse selbst geprägt sind von Hierarchien,

Kostendruck, unsicheren Beschäftigungsbedingungen, Personalabbau und einem vermachteten, teilweise höfischen Meinungsklima? Wir brauchen eine öffentliche Debatte über die Produktionsbedingungen der veröffentlichten Meinung.

3 Unterschiede zwischen Politik- und Wirtschaftsjournalismus

Die Auseinandersetzung mit den Arbeitsbedingungen und die Beobachtung, dass der Wirtschaftsjournalismus in der Bewertung – auch in unserer Studie – meist schlechter wegkommt als andere Ressorts, dass er gerne wie der kleine dumme Bruder des Politikjournalismus behandelt wird, hat uns zu der Frage geführt: Wirken auf ihn strukturell andere Bedingungen als beispielsweise auf den politischen Journalismus? Könnte es sein, dass unter dem Titel ‚Journalismus‘ schwer vergleichbare öffentliche Kommunikationsleistungen zusammengefasst werden?

Die Arbeit am Unterschied zwischen Politik- und Wirtschaftsjournalismus führt schnell zu einer sehr grundlegenden Beobachtung. Für politische Akteure, egal ob sie regieren, opponieren oder protestieren, hat die von Journalisten hergestellte Öffentlichkeit hohe Relevanz, weil sowohl die veröffentlichte Meinung als auch die politische Meinungs- und Willensbildung der Wählerschaft Einfluss auf politische Erfolgsaussichten haben. Der Blick in den Spiegel der öffentlichen Meinung ist für die Politik elementar und sogar ein selbstverständlicher Teil politischer Entscheidungsprozesse.

Dagegen gilt der erste Blick der Wirtschaftsakteure dem Marktgeschehen. Der Spiegel, in dem ökonomische Entscheidungen kontrolliert werden, ist der Markt, wo die individuellen und organisationalen Kaufhandlungen stattfinden – oder wo sie eben nicht stattfinden. Als Orientierungspunkt sowohl für Nachfrage- als auch für Angebotsentscheidungen spielt zwar inzwi-

schen auch die öffentliche Meinung zunehmend eine beachtliche Rolle; ein Beleg dafür ist unter anderem die ‚CSR-Frage‘, also die nach der gesellschaftlichen Verantwortlichkeit von Unternehmen. Aber das dominierende Kriterium des Wirtschaftsprozesses bildet unverändert der Preis. Die ‚Öffentlichkeit‘ des Marktes, an der sich wirtschaftliche Entscheidungen orientieren, wird (anders als die politische Öffentlichkeit) vom Journalismus nicht erzeugt. Der ökonomische (Waren-)Markt existiert neben dem Journalismus, der politische (Meinungs-)Markt durch den Journalismus.

Versuche, in Vorträgen und Diskussionen über unsere Studie diesen Unterschied einzuführen, Schlussfolgerungen daraus zu erörtern, bleiben auffällig resonanzlos oder stoßen gar auf Unverständnis. Vielleicht erweist sich diese Fragestellung am Ende tatsächlich als unproduktiv. Aber erst einmal wollen wir sie noch traktieren.

3.1 Privatgelände Wirtschaft

Die tragende Rolle der Wirtschaft für die Gesellschaft und für jeden Einzelnen ist unbestritten. Aber zugleich ist die Nebenrolle des Wirtschaftsjournalismus im Rahmen der massenmedialen Kommunikation offensichtlich. Dieser Widerspruch muss unseres Erachtens unverständlich bleiben, wenn der folgende entscheidende systematische Unterschied nicht mitgedacht wird: Die primäre Informations- und Orientierungsfunktion für die Wirtschaft hat der Markt, nicht der Journalismus. Deshalb hat für Wirtschaftsakteure der Journalismus inzwischen zwar eine gestiegene, aber im Prinzip nur sekundäre Bedeutung. Das ist für die Politik anders: Dort hat der Journalismus als zentraler Leistungsträger der veröffentlichten Meinung eine herausragende Funktion. Politische Entscheidungsprozesse sind keinesfalls weniger komplizierte Vorgänge als wirtschaftliche. Aber der politische Journalismus hat aufgrund seiner

konstitutiven politischen Rolle eine ungleich bessere Position, bessere und informativere ständige Zugänge, eine ungleich bessere Beobachterposition als der Wirtschaftsjournalismus. Diese Zugangsschwierigkeiten zum ‚Privatgelände Wirtschaft‘ dürften der eigentliche Hintergrund dafür sein, dass Wirtschaftsprozesse undurchsichtiger, komplexer erscheinen als Politikprozesse. Und sie dürften übrigens auch der eigentliche Grund sein, warum Wirtschaftsakteure in der öffentlichen Darstellung im Prinzip immer noch besser ‚wegkommen‘ als Akteure der Politik.

Damit sind jedoch die strukturellen Unterschiede zwischen Politik und Wirtschaft, zwischen Politik- und Wirtschafts-Journalismus noch nicht hinreichend benannt. In der Politik der modernen Gesellschaft entscheiden idealtypisch Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens über öffentliche Angelegenheiten. In der Wirtschaft entscheiden vor allem Privatleute über ihr Eigentum, ob dieses Eigentum nun Kapital, Ware, Geld oder Arbeitskraft ist. Man kann letzteres – angesichts der teilweise sehr weit reichenden Wirkungen solcher ‚Privatentscheidungen‘ – als unangemessen kritisieren. Aber erst einmal ist es für das Verständnis auch des journalistischen Umgangs mit der Wirtschaft hilfreich, zur Kenntnis zu nehmen, dass es so ist. Auch wenn sich inzwischen sehr vieles angeglichen hat: Im Prinzip steht mit Politik und Wirtschaft das Öffentliche dem Privaten gegenüber. Und das hat weitreichende Folgen für den Journalismus, sein Verständnis und seine Arbeitsbedingungen: Denn die Beobachtung des Öffentlichen, die Kritik an ihm und die entsprechenden Zugänge sind selbstverständlich, ja, sie werden dem Journalismus als Kernaufgabe geradezu abverlangt – für das Private gilt dies alles erst einmal gar nicht. Entsprechend entwickelten sich der Wirtschaftsjournalismus und der politische Journalismus zunächst unabhängig voneinander und dies vermutlich mit sehr schwerwiegenden Folgen: Die jeweils herr-

schenden wirtschaftlichen Verhältnisse mit ihren dazu gehörenden Werten und Normen wurden von den Medien nicht infrage gestellt, sondern als Grundlage der eigenen Arbeit akzeptiert. Das macht sich bis heute in den grundsätzlichen Problemen des Wirtschaftsjournalismus bemerkbar, auf kritische Distanz zu seinem Beobachtungsgegenstand zu gehen und sich in dieser Position auch zu halten.

Nicht nur ihr ‚privater‘ Charakter, auch ihr Auftauchen aus dem und ihr Abtauchen in den Markt entziehen wirtschaftliche Entscheidungen kritischen öffentlichen Einblicken. Was für die Wahrnehmung der Marktwirtschaft gelte, schreiben Jürgen Heinrich und Christoph Moss in ihrem Buch ‚Wirtschaftsjournalistik‘: „Die Wirtschaft ist so etwas wie ein blinder, sich selbst steuernder Mechanismus. Und prägende Handlungsträger, wie sie in Politik, Kunst oder Sport deutlich sichtbar werden, sind kaum auszumachen, Verantwortliche schon gar nicht. Dies ist journalistisch schwer zu vermitteln“ (Heinrich/Moss 2006: 14). Umgekehrt ist an vermehrter und intensivierter Wirtschaftsberichterstattung ablesbar, wie die Personalisierung als Darstellungsmodus zunimmt, weil sie die Vermittlung der Sachverhalte erleichtert.

3.2 Die Stunde des wirtschaftspolitischen Journalismus

Es kommt ein weiterer Unterschied hinzu. Das Arbeitsfeld ist für Politikredaktionen relativ klar definiert: Hier der Staat als (Verwaltungs-)Zentrum mit der Regierung an der Spitze, dort politische Parteien, Verbände, soziale Bewegungen, Bürgerinitiativen als Machtfaktoren und als Drittes die Wählerschaft, die das vorgeschlagene Personal für Regierungsämter auswählt. Aber was gehört zur Wirtschaft? Zweifelsfrei die Wirtschaftsunternehmen. Die Unternehmensberichterstattung bildet das Herzstück und mit ihr alle Themen, die sich um Branchen und Märkte drehen. Wie steht es mit den Verbrau-

chern? Inzwischen ist das keine Frage mehr, sie werden berücksichtigt. Was ist mit den Arbeitskräften und mit dem Thema Arbeit generell? Wenn es um arbeits-, tarif- und sozialrechtliche Fragen geht, vagabundieren die Themen bereits zwischen den Wirtschafts- und Politik-Redaktionen hin und her. Äußern sich die Tarifparteien zu allgemeinen Fragen der Politik und zu Gesellschaftspolitik, so beschäftigen sich oft die Politik-Ressorts mit ihnen. Geht es inhaltlich eng um Tarifvertrags-Verhandlungen, dann ist es ein Thema für die Wirtschafts-Ressorts. Und wer beschäftigt sich mit dem Thema des gesetzlichen Mindestlohns oder der Globalisierung oder der Verschiebung der Machtverhältnisse zugunsten des wirtschaftlichen und zulasten des politischen Systems? Ein gerade herausragend wichtiges aktuelles Wirtschafts-Ereignis kann für einen Tag auf die Seite 1 wandern, um anschließend wieder auf den hinteren Seiten des Wirtschaftsressorts zu ‚verschwinden‘. Die Redaktionen entscheiden sich hier durchaus unterschiedlich; mal spielen die Sachlage, mal einfach der Dienst- und Urlaubsplan die ausschlaggebende Rolle.

Der Finanzmarkt und seine Akteure werden eindeutig der Wirtschaft zugeordnet. Geht es um Finanzmarktpolitik, fließen die Grenzen schon wieder. Vagabundierende Themen sind jedoch nicht selten Themen, die nur unregelmäßig bearbeitet werden, für die zuletzt Kompetenzen und Ressourcen zur Verfügung gestellt und zuerst wieder gestrichen werden, auch weil sie zwischen den Zuständigkeiten und Ressorts durchfallen, und eben nur dann zum Thema für die Redaktion werden, wenn etwas ganz Besonderes sich ereignet.

Je enger ein Thema wirtschaftlich zu definieren ist, desto sicherer ist es, dass die Wirtschaftsressorts es bearbeiten und auch auf den eigenen Seiten publizieren. Je weiter ein Thema definiert werden kann, je mehr Bezüge zu anderen Akteuren und Systemen möglich sind und je breiter das (potenzielle) Publikum ist, das

dann auch eher in seiner Rolle als politischer Bürger und weniger in der des privaten Anlegers und Konsumenten angesprochen wird, desto häufiger kann das Thema vagabundieren. Bei diesen letzteren Themen, die erkennbar in politische und gesellschaftliche Zusammenhänge hineinreichen, spielen die allgemeinen Anforderungen der Gesellschaft an den Journalismus – inklusive seiner Kritik- und Kontrollfunktion – auch für den Wirtschaftsjournalismus eine deutlich größere Rolle.

Noch viel stärker als in der Finanzmarkt-Krise der Jahre 2007/2008 ist in die Euro-Krise von Anfang an die Politik als entscheidender Akteur involviert. Damit wird ein Moment offensichtlich, das nicht nur in einer solchen Krise bereits Alltag ist: In der Politik steckt so viel Wirtschaft und in der Wirtschaft so viel Politik, dass Medien nur dann die Chance haben, auf der Höhe der Zeit zu informieren, zu analysieren und zu bewerten, wenn die Ressorts Wirtschaft und Politik nicht nur organisatorisch, sondern auch inhaltlich so intensiv zusammenarbeiten, als gäbe es die Ressortgrenzen nicht. Es muss sie jedoch weiter geben, diese beiden Ressorts und ihre Organisations-Grenzen. Warum?

Es geht darum, einerseits über das Detail, das einzelne Ereignis zu berichten, und andererseits über den Zusammenhang, also über das Glied und zugleich über die Kette, in die das Glied eingereicht ist. Deshalb sind beispielsweise Newsdesks das Gegenteil dessen, was wir für richtig halten. Sie haben die Auflösung der Ressorts in Teilen oder in Gänze zur Voraussetzung oder sie sind deren Folge. Sie bringen damit allein die Industrialisierung journalistischen Arbeitens voran und unterhöhlen das Fundament interdisziplinärer Arbeit, da an solchen Desks auf Dauer die Facharbeit und Sachkompetenz buchstäblich unter den Tisch fallen. Das solide Fachwissen über die Details kann nur in festen Ressort-Zusammenhängen gepflegt und gehortet werden. Genauso intensiv

müssen jedoch die Zusammenhänge (beispielsweise zwischen wirtschaftlichen und politischen Entscheidungen) erarbeitet werden – mit der Arbeit von Themen-Teams. Die Stunde des ständigen – im Wortsinne – wirtschaftspolitischen Journalismus hat geschlagen. Erst mit seinem Entstehen werden die Redaktionen einen festen verlässlichen Beobachter-Posten haben, von dem aus sie das Thema Finanzmarkt-Politik, Finanzmärkte und deren Krisen wenigstens halbwegs fest und verlässlich im Blick behalten können.

Dr. Hans-Jürgen Arlt, Berlin, Publizist, Kommunikations- und Politikwissenschaftler; bis 2003 lange Jahre Kommunikationschef des Deutschen Gewerkschaftsbundes (DGB); Lehraufträge an der Freien Universität und an der Universität der Künste. Mehr auf der Homepage www.kommunikation-und-arbeit.de:

Dr. Wolfgang Storz (geb. 1954), Publizist, Lehrbeauftragter an den Universitäten Kassel und Frankfurt, Medien- und Kommunikationsberater; zuletzt stellv. Chefredakteur (2000 bis 2002) und Chefredakteur (2002 bis 2006) der ‚Frankfurter Rundschau‘, zuvor Chefredakteur der Print-Medien der IG Metall (1998 bis 2000), Leiter der Politik- und Nachrichtenredaktion ‚Badische Zeitung‘ (1995 bis 1998) und politischer Korrespondent in Bonn (1985 bis 1995).

Anmerkungen

¹Der Beitrag baut auf einer Studie der Autoren auf, die von der Otto-Brenner-Stiftung ge-

fördert und publiziert wurde (Arlt/Storz 2010). Sie umfasst 274 Seiten und kann kostenlos über die Otto-Brenner-Stiftung bezogen werden. Download unter: <http://www.otto-brenner-stiftung.de/otto-brenner-stiftung/aktuelles/wirtschaftsjournalismus-in-der-krise-zum-massenmedialen-umgang-mit-finanzmarktpolitik.html>. Dort finden sich auch weitere Informationen zur Studie sowie eine Dokumentation der im Anschluss an ihre Veröffentlichung auch online umfangreich geführten Debatte.

²Balzli, Beat/Brinkbäumer, Klaus/Brenner, Jochen u.a. 2008: Der Bankraub. In: Der Spiegel 2008, Heft 47, S.44-80: 46. Online unter: <http://wissen.spiegel.de/wissen/image/show.html?did=62127252&aref=image039/2008/11/17/ROSP200804700440080.PDF&thumb=false> (4. Juli 2010):

³Der Spiegel, H. 10/2010 sowie online unter: <http://www.spiegel.de/spiegel/vorab/0,1518,682096,00.html> (4.Juli 2010).

⁴„Forschen nach Belieben: dpa erläutert Berichterstattung zur Finanzkrise“ unter: http://www.presseportal.de/pm/8218/1574215/dpa_deutsche_presse_agentur_gmbh (4.Juli 2010).

Literatur

Arlt, Hans-Jürgen/Storz, Wolfgang 2010: Wirtschaftsjournalismus in der Krise. Zum massenmedialen Umgang mit Finanzmarktpolitik. Arbeitsheft 63 der Otto Brenner Stiftung: Frankfurt/Main.

Heinrich, Jürgen/Moss, Christoph 2006: Wirtschaftsjournalistik. Grundlagen und Praxis. Wiesbaden: VS-Verlag.