

Presseinformation der Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche:

02.05.2007

„Die Kontrollfunktion des Wirtschaftsjournalismus braucht einen Konjunkturaufschwung“

Netzwerk Recherche veröffentlicht zum Tag der Pressefreiheit Dokumentation zur Lage des Wirtschaftsjournalismus in Deutschland – „Die Informationspflicht von Unternehmen muss verbessert werden.“

Vorsicht vor dem PR-Einfluss von Unternehmen und der dringende Appell zu mehr und intensiverer Recherche – das ist das gemeinsame Credo von Wirtschaftsjournalisten unterschiedlicher Medien, die für die neue Dokumentation der Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche „Kritischer Wirtschaftsjournalismus. Analysen und Argumente. Tipps und Tricks“ befragt wurden. Die Dokumentation veröffentlicht das Netzwerk Recherche anlässlich des Tages der Pressefreiheit am 3. Mai. „Pressefreiheit ist kein Selbstzweck, sondern auch Auftrag, dieses Grundrecht aktiv wahrzunehmen.“ Die Dokumentation des Netzwerk Recherche zeigt: Die „Kontrollfunktion des Wirtschaftsjournalismus braucht einen Konjunkturaufschwung,“ so der Vorsitzende des Netzwerk Recherche, Dr. Thomas Leif, anlässlich der Vorstellung der Dokumentation.

Der 160-Seiten starke Band analysiert die Defizite des Wirtschaftsjournalismus und sucht nach Lösungen. So bemängelt der langjährige Chefredakteur des Manager-Magazins, Wolfgang Kaden, wie wenig der heutige Unternehmens-Journalismus aus dem Inneren der Unternehmen aufdeckt. „Wo blieb nach der atemberaubenden, an Dreistigkeit nicht zu überbietenden Machtübernahme des Ferdinand Piech bei VW die enthüllende Geschichte über die Vorgänge in Wolfsburg? Wo konnte ich lesen, was sich bei den dramatischen Geschehnissen rund um EADS und Airbus hinter den Kulissen wirklich abgespielt hat?“ Kaden gibt in der Dokumentation des Netzwerk Recherche selbst die Antwort: „Nirgendwo. Womöglich haben wir inzwischen zu viele Schönschreiber und zu wenig harte Rechercheure.“

Den Grund für die Defizite im Wirtschaftsjournalismus macht Roland Freund, Chefredakteur der Wirtschaftsagentur dpa-AFX, vor allem in der Unkenntnis der Zusammenhänge aus: „Die für alle Redaktionen wichtige langjährige Berufserfahrung wird immer spärlicher. Zu schnell lassen sich heute viel versprechende Kollegen von der PR-Branche und von Unternehmen wegkaufen. Die alten Hasen unter den Wirtschaftsjournalisten werden immer seltener - und wir bräuchten sie dringender denn je.“

Das Problem ist nach Ansicht von Volker Wolff, Professor für Wirtschaftsjournalistik an der

Uni Mainz, nicht auf die Unternehmensberichtersteller beschränkt. „Es fällt (...) auf, dass die Distanzlosigkeit vieler Wirtschaftsjournalisten, die wir aus der Hochzeit des Neuen Marktes kennen, weiterlebt. Inzwischen prägt sie auch viele der neuen Verbraucherseiten. Die Folgen sind für die Rezipienten verheerend: PR dominiert ausgerechnet Verbraucherseiten.“

Auch Klaus Schweinsberg, Chefredakteur der Zeitschrift Capital, beklagt in der Dokumentation: „Gerade bei nutzwertigen Finanzgeschichten findet man Beiträge, die wirken, als wären sie in der PR-Abteilung einer Bank geschrieben. Da dürfen sich opulent irgendwelche Bereichsvorstände über die Vorzüge ihrer Produkte ausbreiten. Und wie von Wunderhand geführt, liegen dann genau diese Hefte in den Filialen des entsprechenden Instituts. (...) Wir alle müssen wieder mehr Energie auf mühselige, langwierige Recherchen verwenden, deren Ergebnisse die Leser überraschen, bei den Firmen etwas auslösen und deshalb den Anlegern und Kunden nutzen.“ Nach Ansicht von Schweinsberg braucht es „wieder mehr Schreiber in den Redaktionen, die sich über Jahre in eine Industrie einarbeiten und trotzdem die Kompetenz behalten, wirklich kritische Fragen zu stellen und Zusammenhänge verständlich zu vermitteln.“

Laut Armin Mahler, Ressortleiter Wirtschaft beim Spiegel, ist die Lösung auch, aber nicht nur mit wirksamer Selbstkritik der Journalisten verknüpft. Seiner Ansicht nach müssten auch die Verlage begreifen, „dass immer neue Sparrunden die Grundlagen für eine qualitativ hochwertige Berichterstattung zerstören.“

„Es muss klar werden, dass nur eine gute, sachliche und informierte Recherche einen kritischen Wirtschaftsjournalismus möglich macht. Verlage und Sender stehen in der Verantwortung, hierfür die Voraussetzungen zu schaffen. Ein Wirtschaftsjournalismus, der hinter die Kulissen blickt und vor schwierigen Themen nicht zurückweicht, ist Nutzwertjournalismus für die Demokratie“, so Thomas Leif. Auch die Wirtschaft sollte hierbei stärker in die Verantwortung genommen werden: „Die Informationspflicht von Unternehmen muss verbessert werden“, so Leif.

Viele der in der neuen Dokumentation veröffentlichten Texte und Analysen wurden auf einer NR-Fachtagung im Herbst vergangenen Jahres intensiv diskutiert. In ihr geben Praktiker einen spannenden Einblick in die Schwierigkeiten und Spannungsfelder, in denen sich ein Wirtschaftsjournalist heute bewegt. So zeichnen Marc Brost und Arne Storn von der ZEIT die Welt der Bosse nach. Spiegel-Redakteur Nils Klawitter berichtet über die Erfolge der PR-Industrie und Hermann-Josef Tenhagen, Chefredakteur der Zeitschrift Finanztest, erklärt, wie Schlampigkeit den Journalismus kaputt machen kann.

Die Dokumentation erscheint kostenlos. Sie wird gegen einen frankierten und adressierten Rückumschlag (1,45 Euro) jedem Interessierten zugesandt.

Adresse:
Netzwerk Recherche e. V.
Marcobrunnerstraße 6
65197 Wiesbaden
E-Mail: info@netzwerkrecherche.de
Internet: www.netzwerkrecherche.de

Rückfragen:
Dr. Thomas Leif 0171-9321891

Inhalt der Dokumentation „Kritischer Wirtschaftsjournalismus“

Vorwort von Thomas Leif	1
BAUCHNABEL	
Zehn Thesen zum kritischen Wirtschaftsjournalismus	4
Was macht die Qualität... Von Christian Nürnberger	9
Anforderungen und Herausforderungen Von Ingo Nathusius	28
DAS GESCHÄFT	
Die Welt der Bosse Von Marc Brost und Arne Storn	46
Der Strom und seine Kartelle Von Cerstin Gammel	62
Ich fand meine Geschichte nicht plausibel Julia Friedrichs über eine Recherche bei McKinsey	70
Schwarze Kassen für die Politik Von Daniel Delhaes	72
Schwarz-Büchern und Dynamitstangen Von Andreas Hamann	78
Keine Angst vor großen Namen Philipp Mimkes über die <i>Bayer Gefahren</i>	86
Die Fünf Gebote des „Investigators“ Von Lutz Frühbrodt	88
Man sollte nicht korrupt sein Hans Leyendecker über das, was wichtig ist	95
Public Relations – Meister der Verdrehung Von Nils Klawitter	101
„Wir unterstützen Journalisten“ Interview mit PR-Altmeister Harold Burson	122
Wie Exxon die Welt verdunkelt Von Stephan Zimprich	124

Angriff auf den Konsens Von Stephan Zimprich	130
Nicht immer auf den Chef setzen Karl-Heinz Büschemann über Pressestellen	132
Lobbyismus in der EU Von Nils Klawitter	134
„Themen setzen können beide“ PR-Profi Michael Behrent über kleine Unterschiede	143
Wer schlunzt, macht PR Von Hermann-Josef Tenhagen	145
TIPPS	
Vorsicht vor Ratgebern aus der PR-Branche Thomas Öchsner über fiese Tricks	148
13 Tipps zum Umgang mit Unternehmenszahlen Von Joachim O. Weidemann	152
Drei nützliche Werkzeuge Von David Schraven	156