

Wirtschaftsberichterstattung im Ersten: Berichten, erklären, vertiefen

Der ARD-Programmbeirat hat sich in den vergangenen Monaten sehr intensiv mit der Wirtschaftsberichterstattung im Ersten befasst und ist in seiner Gesamtbewertung zu einem überwiegend positiven Urteil gelangt. Die Ergebnisse der Beratungen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Die immer weiter voranschreitende Globalisierung und die damit einhergehende immer komplexer werdende wirtschaftliche Verflechtung lösen bei vielen Menschen Fragen und Unsicherheiten aus, weil Zusammenhänge und Hintergründe immer weniger transparent und verständlich erscheinen. Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk kommt in diesem Zusammenhang eine besondere Verantwortung zu, die Menschen darin zu unterstützen, sich in einer immer komplexer werdenden Welt zurechtzufinden, sich auf der Basis umfangreicher Informationen eine eigene Meinung zu bilden und eigenverantwortliches Handeln zu bestärken. Die im Bereich der Wirtschaftsberichterstattung nochmals deutlich konkretisierten Programmleitlinien 2009/2010 geben hier die Richtschnur vor. Demnach ist „der ARD daran gelegen, Sozial- und Wirtschaftsthemen unter Berücksichtigung des Aspektes Nachhaltigkeit für ein großes Publikum aufzubereiten. Dabei bemühen sich die Wirtschaftssendungen und -rubriken im Ersten, fundiert über politische und wirtschaftliche Zusammenhänge und deren Auswirkungen auf die Bürgerinnen und Bürger aufzuklären.“ **Die Schlüsselbegriffe sind: erklären, vertiefen, Zusammenhänge aufzeigen und Hintergründe beleuchten.** In diesem Zusammenhang lobte der Programmbeirat ausdrücklich die „Tagesthemen“. Die Umgestaltung der Sendung hin zu einer stärkeren Schwerpunktsetzung erlaubt längere Beiträge, in denen genau dies geleistet werden kann.

Querschnittaufgabe Wirtschaftsberichterstattung

Wirtschaftsberichterstattung ist nach den programmlichen Leitlinien eine Querschnittaufgabe, die nicht allein von einem einzigen Format oder einer einzelnen Sendung wahrgenommen werden kann und darf. Das Erste verfügt daher richtigerweise über eine Reihe von „Gefäßen“, in denen Wirtschaftsberichterstattung

stattfindet: „Morgenmagazin“, „Mittagsmagazin“, „Börse im Ersten“, die aktuellen Nachrichtensendungen einschließlich der „Tagesthemen“ sowie „Plusminus“. Hinzugezählt werden könnten außerdem die politischen Magazine, die als Meinungsmagazine eine andere Funktion erfüllen. Zudem gibt es Dokumentationen, Features und Reportagen zu wirtschafts- und sozialpolitischen Fragen. Diese sollten nach Auffassung des ARD-Programmbeirates noch häufiger als bisher einen Platz im Programm finden. Eine gute Plattform für Reportagen zur wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Fragestellungen bietet „ARD-exklusiv“. Der derzeitige Sendeplatz am Sonntagmittag eignet sich allerdings nur bedingt für komplexere und schwierigere Themen. Daher wünscht sich der Programmbeirat, dass nach Lösungen gesucht wird, dieses Reportageformat wieder in den Hauptabend zu ziehen.

Wirtschaftsberichterstattung lebt wesentlich von der Aktualität und erfordert daher ein hohes Maß an Flexibilität in der Programmgestaltung. Dies zeigt sich besonders in der aktuellen Finanz- und Wirtschaftskrise. Die ARD hat vielfach bewiesen, dass sie diese Flexibilität besitzt, zuletzt durch die Umgestaltung des Programms anlässlich der Bekanntgabe der Beschlüsse der Bundesregierung zum Konjunkturpaket II. Die Bundespressekonferenz und die aktuelle Bundestagsdebatte wurden live übertragen, ein Interview mit der Kanzlerin wurde zur besten Sendezeit nach der „Tageschau“ ins Programm genommen und „Plusminus“ befasste sich am gleichen Abend ausschließlich mit diesem Themenkomplex.

Makroökonomie oder Verbraucherorientierung – ein Widerspruch?

Verbraucherorientierung und die Darstellung von ökonomischen Hintergründen und Zusammenhängen sind kein Widerspruch. Es erscheint durchaus sinnvoll, an der unmittelbaren Betroffenheit der Zuschauer/innen anzusetzen, um erst einmal Interesse zu wecken und zu zeigen, dass das Thema sie persönlich tangiert. In einem zweiten Schritt muss das jeweilige Thema aber auf eine allgemeinere Ebene gehoben werden, hinter dem Einzelfall liegende strukturelle Probleme aufgezeigt, Hintergründe erläutert und Zusammenhänge dargestellt werden. Auch verbraucherorientierte Themen dürfen nicht auf die unmittelbare Betroffenheit reduziert werden. Hier gibt es an der einen oder anderen Stelle im Programm aus Sicht des Programmbeirates Nachbesserungsbedarf. Darüber hinaus wird es immer Themen geben, die über Fallbeispiele nicht zu erklären sind, also nicht auf das persönliche Erleben der

Zuschauer/innen heruntergebrochen werden können. Es gehört zu den Kernaufgaben des Ersten, sie zu behandeln und zu vertiefen.

Visualisierung ist wichtig!

Bei komplexen Zusammenhängen stellen Visualisierungen in Form von Grafiken und Schaubildern gute Mittel dar, Komplexität zu reduzieren und Dinge bildlich verständlich zu machen. Sie sollten noch stärker genutzt werden, auch für vermeintlich einfache Sachverhalte. Gerade zur Erklärung von schwierigen Zusammenhängen bedarf es einer spannenden, flotten und pfiffigen Dramaturgie und einer verständlichen Sprache, um die Zuschauer/innen anzusprechen und „bei der Stange zu halten“.

Mut zu vertiefter Wiederholung

Trotz des hohen Fernsehkonsums sehen nicht Alle Alles. Gerade bei komplexen Themen ist es wichtig und sinnvoll, diese zu vertiefen und aus verschiedenen Blickwinkeln und auch mit unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen zu behandeln. So kann eine größere Nachhaltigkeit der Berichterstattung erreicht werden. Wünschenswert sind in diesem Zusammenhang die wechselseitige Bezugnahme und die stärkere Nutzung von Crosspromotion.

Eigene Kompetenzen stärker nutzen

In allen Formaten wird häufig auf externen Sachverstand zurückgegriffen. Zwar kann und soll auf ihn nicht vollständig verzichtet werden. Es ist aber darauf zu achten, dass die Befragten in der Lage sind, sich allgemeinverständlich auszudrücken, ohne sich dabei lediglich auf Allgemeinplätze zu beschränken. Grundsätzlich sollte daher stärker als bisher auf die vorhandenen Kompetenzen in den eigenen Landesrundfunkanstalten, aber auch auf Journalisten/innen aus den Wirtschaftsredaktionen zurückgegriffen werden. Neben der Fachkompetenz sind es vor allem die journalistischen Fähigkeiten der Wirtschaftsredakteurinnen und -redakteure, die Sachverhalte und Zusammenhänge einfach und verständlich zu erklären vermögen. Der internen Aus- und Fortbildung junger Journalistinnen und Journalisten in diesem Bereich kommt eine besondere Bedeutung zu. Hier sollten die Anstrengungen weiter verstärkt werden.