
Funktionen und Selbstverständnis des wirtschaftspolitischen Journalismus

Henrik Müller

Zusammenfassung

Der Beitrag thematisiert eine Abgrenzung des wirtschaftspolitischen Journalismus gegenüber den übrigen Spielarten des Wirtschaftsjournalismus. Dieser ist nicht auf spezifische Zielgruppen fokussiert, wirtschaftspolitische Journalismus ist breit angelegt. Es ist Aufgabe des wirtschaftspolitischen Journalismus, narrative Brücken zu bauen, um die ökonomische Realität verständlich zu machen. Er betrachtet Entwicklungen vor dem Hintergrund gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge und nimmt somit eine systemische Perspektive ein. Erläutert werden die Funktionen des wirtschaftspolitischen Journalismus für Wirtschaft und Politik. Es wird ein theoretisch fundiertes Selbstverständnis des wirtschaftspolitischen Journalismus skizziert.

1 Einleitung: wirtschaftspolitischer Journalismus und postfaktische Politik

Im Mai 2016 gaben 94 % der Briten an, sie seien mit ihrem Leben sehr oder ziemlich zufrieden. 81 % hielten ihre persönliche finanzielle Lage für gut. Auch die Aussichten für ihre eigene nähere Zukunft sahen Mehrheiten der Befragten optimistisch. Als die Bürger jedoch nach dem Zustand ihres Landes oder Europas befragt wurden, ergab sich ein anderes Bild: Lediglich 53 % glaubten, die wirtschaftliche Lage in Großbritannien sei gut, nur 30 % äußerten sich entsprechend

H. Müller (✉)

Institut für Journalistik, Technische Universität Dortmund, Emil-Figge-Straße 50, 44227 Dortmund, Deutschland

E-Mail: henrik.mueller@tu-dortmund.de

über die EU (Eurobarometer 2016, S. T1 ff.). Nur Minderheiten meinten, Großbritannien (26 %) oder die EU (14 %) bewegten sich „in die richtige Richtung“ (Eurobarometer 2016, S. T33 f.). Einen Monat nach dieser Befragung entschied sich eine Mehrheit der Wähler für ein Ausscheiden aus der EU.

Die Umfrageergebnisse zeigen dreierlei:

Erstens, je weiter das Objekt des Urteils vom persönlichen Erleben des Befragten entfernt ist, desto negativer ist tendenziell die Einschätzung, desto größer auch die Unsicherheit.¹ Ein Befund, der für viele Länder nachgewiesen werden kann. Zwischen der Wahrnehmung des Individuellen und des Kollektiven klappt eine Lücke, und sie ist umso größer, je komplexer das Gemeinwesen ist, über dessen Zustand Menschen urteilen. Die Frage, wie und womit diese Lücke gefüllt wird, ist eine hochgradig politische, wie auch das Brexit-Referendum demonstriert hat.

Zweitens, die Kluft zwischen der Wahrnehmung des Individuellen und des Kollektiven wird überbrückt durch Narrative. Erst durch das Mittel der Erzählung lässt sich die Komplexität so weit reduzieren, dass sie verständlich und fassbar wird. Narrative bringen gedankliche Ordnung in eine ansonsten unübersichtliche, von Widersprüchen und Ungereimtheiten geprägte Welt (Wyss 2011, S. 32); sie konstruieren einen zeitlichen und räumlichen Ablauf der Ereignisse, die dadurch in nachvollziehbare Ursache-Wirkungs-Relationen kommen, die die relevanten Akteure charakterisieren und ansonsten große Teile der Realität ausblenden (Corner 1999, S. 47 ff.). Insofern sind Narrative ökonomischen Modellen durchaus ähnlich, wobei sie zusätzlich Wertungen und Gefühle transportieren sowie moralische Urteile nahelegen.² Soziale Narrative können bei Wahlentscheidungen wichtiger sein als die individuelle Lage der Wähler.³

Drittens, gesellschaftliche Narrative werden über Massenmedien verbreitet. Insofern spielen Journalisten eine zentrale Rolle bei ihrer Formulierung und

¹Während praktisch jeder britische Bürger seine eigene Lage beurteilen konnte, antworteten 9 % in Bezug auf die britische und 19 % in Bezug auf die europäische Wirtschaft „weiß nicht“.

²Die Nähe zum Konzept des „Frames“ ist unübersehbar. Nach Entman (1993, S. 52) besteht ein Frame aus vier Elementen: Problemdefinition, Diagnose, moralisches Urteil, Lösungsvorschläge. Das Narrativ hat einen höheren Komplexitätsgrad, insbesondere in zeitlicher Hinsicht.

³Zu diesem Ergebnis kommen z. B. Elchardus und Spruyt (2016) nach einer Analyse zum Phänomen des flämischen Populismus: „Support for populism appears foremost as a consequence of a very negative view of the evolution of society – declinism – and of the feeling of belonging to a group of people that is unfairly treated by society.“

Verbreitung (Wyss 2011), wenn auch eine inzwischen dezimierte, da in Zeiten von Social Media andere Akteure (Politiker, Aktivisten, Wissenschaftler) direkten Einfluss auf das Herausbilden gesellschaftlicher Narrative gewinnen. So hat die über lange Zeit negative EU-Berichterstattung in der britischen Presse den Boden bereitet für den Ausgang des Brexit-Referendums (Berry 2016).

Narrative bestimmen Politik. Das Private kann jeder selbst beurteilen, das Politische bedarf der Erzählung. Je komplizierter das politische Sujet, desto größer der Einfluss von gesellschaftlichen Narrativen. Ökonomische Aspekte der Politik, häufig nicht individuell erlebbar und mit hohem Abstraktionsgrad ausgestattet, sind umso stärker von Erzählungen geprägt (Akerlof und Shiller 2015, S. 149 ff; Shiller 2017).⁴ An zentralen Diskursen – vom Brexit über Zuwanderung, Klimawandel und Eurokrise bis zu Verteilungsfragen – lässt sich der Blick schärfen auf die Funktion und das Selbstverständnis des wirtschaftspolitischen Journalismus. Wenn die hochkomplexe Problemlandschaft der Gegenwart durchzogen ist von weiten kognitiven Lücken, dann ist es die Aufgabe des wirtschaftspolitischen Journalismus, narrative Brücken zu bauen, sodass die ökonomische Realität fassbar wird. Diese Brücken müssen tragfähig sein. Das heißt: Bei aller notwendigen Vereinfachung und Zuspitzung sollten die journalistischen Erzählungen ein möglichst korrektes und verlässliches Abbild der Realität darstellen. Andernfalls führen sie die Öffentlichkeit in die Irre. Teure Fehlentscheidungen wären die Folge. Wirtschaftspolitischer Journalismus hat, so gesehen, die fundamentale Funktion, Bevölkerungen in die Lage zu versetzen, Entscheidungen zu fällen, die in ihrem eigenen vitalen Interesse sind.

Der viel beklagten Tendenz zu Ignoranz im „postfaktischen Zeitalter“ (Kaeser 22. August 2016) oder gar zu „post-truth politics“ (Roberts 2010), zu einem Populismus, der mit Halb- und Unwahrheiten operiert, wie ihn viel beachtet Donald Trump

⁴So war eine langfristige Kosten-Nutzen-Analyse der EU-Mitgliedschaft Großbritanniens ein komplexes Unterfangen; ein entsprechendes Papier des britischen Finanzministeriums vom April 2016 (HM Treasury 2016) füllt 200 Seiten und war kaum öffentlich kommunizierbar. Der Leave-Kampagne hingegen genügte ein Slogan („Take back control“) und eine Zahl – 350 Mio. £, die Großbritannien angeblich pro Woche nach Brüssel überweist und die man besser ins nationale Sozialsystem stecken könnte –, um die Mehrheit der britischen Wähler auf ihre Seite zu bringen. Sie konnte an das tradierte, stark negativ gefärbte EU-Narrativ eines „Owellschen Superstaats“ anknüpfen, das in britischen Medien seit den 90er Jahren präsent ist (Wring 2016). Überprüfbare Fakten hatten wenig Chancen, mythische Narrative waren stärker (Banducci und Stevens 2016).

im US-Wahlkampf 2016 vorgeführt hat, sollte der wirtschaftspolitische Journalismus eine klare Orientierung auf empirische Evidenz entgegensetzen. Andernfalls macht er sich selbst überflüssig. Vorurteile und Gerüchte kann in Zeiten von Social Media jede Person mit Internetzugang verbreiten; Fernsehsender, die Populisten eine Bühne bereiten, indem sie einfach Wahlveranstaltungen live übertragen, wie in der Kampagne von Donald Trump geschehen, verabschieden sich damit vom Journalismus (Müller 2017).

Wie der Titel dieses Beitrags nahelegt, ist sein Charakter programmatisch. Er ist wie folgt gegliedert: Abschn. 2 grenzt wirtschaftspolitischen Journalismus gegenüber anderen Spielarten des Journalismus ab. Abschn. 3 beschäftigt sich mit seinen Funktionen für Wirtschaft und Politik. Abschn. 4 skizziert ein theoretisch fundiertes Selbstverständnis des wirtschaftspolitischen Journalismus. Abschn. 5 formuliert abschließend ein Set von Geboten für wirtschaftspolitische Journalistinnen und Journalisten.

2 Aktionsfelder und Perspektiven des wirtschaftspolitischen Journalismus

Wirtschaft als Gegenstand journalistischer Berichterstattung ist ein ausdifferenziertes Feld. Beiträge, die ökonomische Zusammenhänge berühren, finden sich nicht nur auf den Wirtschaftsseiten von Printmedien und Nachrichtenwebsites sowie in den entsprechenden Formaten von Rundfunk und Fernsehen, sondern auch in anderen Ressorts. Ob Politik, Umwelt, Kultur oder Sport, angesichts der hohen Relevanz ökonomischer Aspekte durchzieht Wirtschaftsjournalismus im weiteren Sinne große Teile der Berichterstattung. Wirtschaftsjournalismus im engeren Sinne manifestiert sich in diversen Untergenres, von denen Tab. 1 die wichtigsten charakterisiert.

Während die übrigen Spielarten des Wirtschaftsjournalismus vergleichsweise enge Perspektiven einnehmen und auf klar abgegrenzte Zielgruppen fokussiert sind, ist der wirtschaftspolitische Journalismus breit angelegt. Er betrachtet Entwicklungen vor dem Hintergrund gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge und nimmt somit eine systemische Perspektive ein. Stets steht die Frage im Hintergrund, was ein Phänomen für die Gesellschaft als ganze bedeutet. Adressaten des wirtschaftspolitischen Journalismus sind die Bürger in ihrer Gesamtheit sowie die Eliten des wirtschaftspolitischen Systems. Er weist auf Knappheiten hin und blendet die Existenz adverser Anreize nicht aus. Wirtschaftspolitischer Journalismus erschließt sich die Welt aus dem Blickwinkel des Ökonomen. Als Referenzpunkt dient entsprechend die Wohlfahrtsmaximierung. Die ökonomische

Tab. 1 Genres des Wirtschaftsjournalismus. (Eigene Darstellung)

Genre	Zielgruppe	Themen	Akteure in der Berichterstattung	Grundkonflikte (Beispiele)
Verbraucherjournalismus	Konsumenten	Qualität, Service, Rechte	Konsumenten, Unternehmen	„Kleiner Mann vs. Big Business“
Geldanlagejournalismus	Anleger	Rendite, Risiko, Steuern sparen	Anleger, Banken, Fonds, Versicherungen	„Gier vs. Vorsicht“
Finanzmarkjournalismus	Börsenprofis, Regulierer, Öffentlichkeit	Kursbewegungen und -trends	Börsennotierte Unternehmen, Kapitalismen, Regulierer, Notenbanken	„Konzern vs. Shareholder“
Unternehmensjournalismus	Mitarbeiter, Konkurrenten, Shareholder, Stakeholder	Ertragslage, Marktperspektiven, Topmanager, Missmanagement	Topmanager, Wettbewerber	„Firma A vs. Firma B“
Wirtschafts-politischer Journalismus	Öffentlichkeit, Politik, Entscheider in der Wirtschaft	Regulierung, Stabilisierung, Umverteilung	Politik, Unternehmen, Bürger, NGOs...	„Effizienz vs. Gerechtigkeit“, „Stabilität vs. Dynamik“, „Interessengruppe A vs. B“

Perspektive ist geprägt von Trade-offs, von Zielkonflikten, die wiederum zu Konflikten zwischen Akteuren führen können. Er legt Interessenlagen und Strukturen offen. Er zeichnet (investigativ) Entwicklungen nach und macht (analytisch) auf sich aufbauende Probleme aufmerksam. Aus diesem übergeordneten Blickwinkel schaut der wirtschaftspolitische Journalismus auf eine Vielzahl von Themenfeldern.

Die Abgrenzung der verschiedenen Genres des Wirtschaftsjournalismus lässt sich am Beispiel eines raschen Anstiegs des Weltmarktpreises für Rohöl verdeutlichen, eines exogenen Schocks, der den ökonomischen Datenkranz verändert. Der Verbraucherjournalismus stellt die Auswirkungen auf die Budgets der Konsumenten in den Mittelpunkt und zeigt Optionen auf, die Ölrechnung eines Privathaushalts zu senken. Aus Anlegersicht stellt sich die Frage, wie sich die Bewertungen verschiedener Assetklassen und Einzelwerte ändern. Der Finanzmarktjournalismus befasst sich mit den Folgen für die Entwicklung und Stabilität ganzer Märkte. Unternehmensjournalisten stellen die Auswirkungen für wichtige Firmen und Branchen und die Reaktionen des jeweiligen Managements in den Mittelpunkt. Dem wirtschaftspolitischen Journalismus bietet sich ein deutlich breiterer Möglichkeitenraum an Fragestellungen. Zum Beispiel: Was bedeutet teureres Öl für die Konjunktur, im eigenen Land und anderswo? Wie reagiert die Politik, wie die Notenbanken, wie die Tarifvertragsparteien? Berührungspunkte gibt es auch zu anderen Politikfeldern, etwa der Sozialpolitik (Gibt es problematische Verteilungswirkungen, insbesondere für einkommensschwache Haushalte?), der Umweltpolitik (Welche Bedeutung hat der Preisschock mit Blick auf klimapolitische Ziele?), die Außenpolitik (Welche geostrategischen Implikationen sind absehbar?) oder die Entwicklungspolitik (Verschlechtert sich die durch teurere Energie die Ernährungssituation in fragilen Ländern?).

Das Beispiel macht den Komplexitätsgrad deutlich, mit dem es der wirtschaftspolitische Journalismus zu tun hat. Während andere Spielarten des Wirtschaftsjournalismus vom Ansatz her vergleichsweise konkret sind, bewegt sich der wirtschaftspolitische Journalismus auf einem höheren Abstraktionsgrad. Volkswirtschaftliche Entwicklungen sind individuell kaum erlebbar. Ob die Arbeitslosigkeit oder die Inflation graduell steigt, ob der Wohlstand einer Gesellschaft wächst oder schrumpft, ob die Verteilung von Einkommen und Vermögen gleicher oder ungleicher wird, ob der Ausstoß an klimaschädlichen Gasen zu- oder abnimmt, all das entzieht sich weitgehend der Wahrnehmung des Einzelnen. Noch schwieriger ist es, die Ursachen solcher Verschiebungen zu beurteilen, geschweige denn politische Reaktionsmöglichkeiten und ihre jeweiligen Nebenwirkungen. Wegen dieser Eigenschaften sind wirtschaftspolitische

Debatten, wie eingangs erwähnt, durchzogen von Narrativen, die Ausschnitte der abstrakten gesellschaftlichen Realität in eine verstehbare Ordnung bringen, die aber die Gefahr in sich bergen, die Realität verkürzt, verzerrt oder verfälscht widerzuspiegeln.

Im Sinne der Evidenzbasierung benötigt wirtschaftspolitischer Journalismus eine Fundierung in verlässlichen aggregierten Daten sowie einen Analyserahmen, der als Referenzpunkt dient und der es ermöglicht, nicht nur Vergangenheit und Gegenwart möglichst korrekt zu erfassen, sondern auch künftige Entwicklungen abzuschätzen. Das entspricht im Übrigen den Erwartungen des Publikums.⁵ Einen geeigneten Analyserahmen bietet insbesondere die Ökonomik, wobei ökonomische Modelle auf Beobachtungen basieren, die in der Vergangenheit liegen, weshalb sie bei Strukturbrüchen wenig verlässliche Resultate für Gegenwart und Zukunft liefern. Wirtschaftspolitischer Journalismus kann sich deshalb nicht allein auf Ergebnisse ökonomischer Forschung oder Expertenaussagen stützen, sondern ist aufgefordert, sich der Realität auch durch eigenständiges Datenstudium, durch Augenschein und Interviews mit Entscheidern und Betroffenen zu nähern.

3 Funktionen des wirtschaftspolitischen Journalismus

Das Geschäft des wirtschaftspolitischen Journalismus ist es, der Öffentlichkeit Informationen über Märkte, sozioökonomische Entwicklungen, private und staatliche Akteure und Institutionen bereitzustellen (Heinrich und Moss 2006, S. 8 ff.). Damit erfüllt er eine zentrale Rolle für die Marktwirtschaft und den wirtschaftspolitischen Prozess. Er ist in einem grundsätzlichen Sinn systemrelevant. Wo es an Öffentlichkeit (Heinrich 2010) im Hinblick auf wirtschaftspolitisch relevante Entwicklungen mangelt, leidet die Effizienz des Gesamtsystems, weil Marktversagen und Staatsversagen sich verfestigen können, ohne dass Fehlentwicklungen korrigiert würden. Die Rolle des wirtschaftspolitischen Journalismus gliedert sich insbesondere in sechs Funktionen:

⁵Einer Umfrage zufolge fordern 96 % der Bevölkerung und 95 % der Entscheider vom Wirtschaftsjournalismus neutrale und präzise Informationen, 93 bzw. 94 % die Thematisierung künftig relevanter Themen (Mast 2012, S. 146).

- a) *Marktrelevante Informationen bereitstellen.* Effiziente Märkte sind geprägt von einem hohen Maß an Transparenz. Im theoretischen Ideal verfügen alle Akteure über vollständige Informationen, ja sogar über vollständige Voraussicht. Informationen werden durch den Preismechanismus gebündelt; alle verfügbaren Informationen fließen über den Markt in Preise ein. Dadurch sind sämtliche Akteure in der Lage, dezentral ihre individuellen Pläne zu koordinieren (Hayek 1945, S. 526 ff.). Woher diese Informationen kommen, wird in der ökonomischen Theorie meist ausgeblendet. Sie sind exogen gegeben, kostenlos und typischerweise ubiquitär verfügbar. Wenn Informationen jedoch asymmetrisch verteilt sind, liefert der Markt keine effizienten Ergebnisse; Ressourcen bleiben ungenutzt, Bedürfnisse unbefriedigt (Akerlof 1970). Eine asymmetrische Verteilung von Informationen stellt insbesondere für zukunftsgerichtete Entscheidungen ein Problem dar. Wenn Akteure auf Basis falscher oder unvollständiger Informationen sich regelmäßig über künftige Entwicklungen irren, fällen sie systematisch falsche Entscheidungen, die Marktfriktionen nach sich ziehen.⁶

Da die Annahme vollständiger Information in der Realität komplexer Wirtschaftssysteme nicht zutrifft, wurden Wirtschaftsinformationen bereits frühzeitig zur Basis von kommerziellen Geschäftsmodellen; die Nachrichtenagentur Reuters hatte im 19. Jahrhundert eine Pionierrolle bei Bereitstellung von Finanzmarktdaten, indem sie die Möglichkeiten der damals neuen Technologie des Telegrafen konsequent nutzte (Silberstein-Loeb 2014). Wer Informationsvorsprünge besitzt, genießt Wettbewerbsvorteile; wer über diese Information nicht verfügt, hat Nachteile. Marktakteure wenden deshalb aus Eigeninteresse Ressourcen zur Gewinnung von Information auf.

Da Informationen nicht kostenlos sind – es fallen monetäre Kosten (etwa für Abonnements) und Opportunitätskosten (für die Zeit, die zur Informationsverarbeitung aufgewendet werden muss und nicht für andere Aktivitäten zur Verfügung steht) – greift ein Optimierungskalkül: Nicht die maximale, sondern die optimale Informationsmenge ist das Resultat dieser rationalen Entscheidung (Hamilton 2004, S. 10 ff.). Sind Informationen teuer (weil die Preise von

⁶Dies ist die Kernaussage der Theorie „rationaler Erwartungen“ (z. B. Muth 1961; Friedman 1979; Sargent 2013), die sich insbesondere mit der korrekten Antizipation der Inflationsrate beschäftigt. Für Finanzmärkte lässt sich zeigen, dass die Effizienz sinkt, wenn Informationen nicht zur Verfügung stehen, weil Wirtschaftszeitungen wegen Streiks nicht erscheinen (Peress 2014). Shiller (2002) betont die Rolle der Medien in Phasen „irrationalen Überschwangs“.

Informationsgütern hoch sind und/oder weil die Informationsverarbeitung aufwendig ist) und ist ihr individueller Nutzen gering oder mit hoher Unsicherheit behaftet, kann eine partielle rationale Ignoranz das Ergebnis des Optimierungskalküls sein: eine bewusste Entscheidung, nicht alles wissen zu wollen. Während einzelne Marktakteure unmittelbaren Nutzen aus geschäftsrelevanten Informationen ziehen und bereit sind, gegebenenfalls hohe Preise zu zahlen – darauf gründet sich das Geschäftsmodell des Business-to-Business-Journalismus, wie es insbesondere Nachrichtenagenturen wie Reuters und Bloomberg, aber auch spezialisierte Dienste wie die „verticals“ von „Politico“ praktizieren –, richtet sich konsumentenorientierter wirtschaftspolitischer Journalismus an eine breite Öffentlichkeit. Der individuell zurechenbare Nutzen für den einzelnen Leser, User, Zuhörer oder Zuschauer ist gering; es erfordert bürgerschaftliches Engagement und eine gewisse Identifikation mit dem Gemeinwesen, um die mit der Verarbeitung von wirtschaftspolitischen Informationen verbundenen Kosten tragen zu wollen. Der wirtschaftspolitische Journalismus ist gefordert, durch möglichst einfache, anschauliche Darstellungsformen und originelle Blickwinkel, dem Publikum die Rezeption so einfach wie möglich zu machen.

- b) *Machtkonzentration thematisieren.* Anders als im theoretischen Ideal vollständiger Konkurrenz sind realexistierende Märkte von asymmetrischen Machtverhältnissen geprägt. Steigende Skalenerträge und Netzwerkeffekte schaffen Größenvorteile, die dafür sorgen, dass einzelne Akteure oder Gruppen von Akteuren Preise und Mengen beeinflussen können und die Freiheit des Tausches eingeschränkt wird. Die Existenz von Monopolen und Monopsonen, Kartellen und Oligopolen haben potenziell gravierende Folgen für Verbraucher, Arbeitnehmer, Steuerzahler, mittelbar auch für Innovation und Wachstum, wenn sie den Marktzutritt neuer Akteure und Technologien verhindern. Aus ordnungspolitischer Sicht geht es darum, einerseits Vorteile, die sich aus Größenvorteilen ergeben, zu sichern, andererseits die negativen Nebenwirkungen zu begrenzen.⁷

Die Existenz von Marktmacht bezieht sich nicht nur auf klassische Industrien (etwa bei Auto, Chemie oder Öl) und neuere Netzwerkindustrien (mit Konzernen wie Google und Apple als zentrale Spieler), wo sich global dominierende

⁷Entsprechend hat die europäische Wettbewerbspolitik das Ziel, Kartelle zu zerschlagen, Unternehmen mit marktbeherrschender Stellung zur Fairness gegenüber Kunden und Wettbewerbern zu zwingen, Fusionen, die zu massiven Wettbewerbsbeschränkungen führen, zu untersagen sowie wettbewerbsverzerrende Subventionen zu untersagen (Europäische Kommission 2012).

Strukturen herausgebildet haben, sondern auch etwa auf Arbeitsmärkte, wo Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände in kartellierten Strukturen ineffiziente Marktergebnisse verursachen können.⁸ Wirtschaftliche Machtkonzentrationen entfalten zudem politischen Einfluss, indem sie in der Lage sind, Geld aufzuwenden, um sich durch Lobbying Vorteile zu sichern (*rent seeking*) (Tullock 1967; Krueger 1974). *Rent seeking* kann sich in verschiedener Weise niederschlagen, etwa in der Gewährung von Steuervorteilen⁹, in staatlich sanktionierten Marktzugangsbeschränkungen wie sie die Bevorteilung einiger Unternehmen durch für sie vorteilhafte Regulierungen (Abgasnormen für Autos¹⁰) darstellen sowie in Zöllen, nichttarifären Handelshemmnissen (WTO 2016) oder Local-Content-Vorschriften (Bhatia et al. 2016).

Aufgabe des wirtschaftspolitischen Journalismus ist es, Transparenz herzustellen über Machtkonzentrationen im politökonomischen Raum, und ihre gesamtwirtschaftlichen Folgen herauszuarbeiten. Dazu gehört auch, Motive und Strategien der Akteure offenzulegen.

- c) *Die Wirtschaftspolitik an ihren Zielen messen.* Ein Kernbereich des wirtschaftspolitischen Journalismus besteht darin, staatlichen und überstaatlichen Akteuren Rechenschaftspflicht über ihre Zielerreichung abzuverlangen. Die Wirtschaftspolitik lässt sich in drei Aufgabenfelder gliedern:

i) **Marktversagen verhindern**

Aus einer statisch mikroökonomischen Perspektive ist es das Ziel der Wirtschaftspolitik, einen möglichst hohen Auslastungsgrad der Produktionsfaktoren zu gewährleisten. Arbeitslosigkeit zum Beispiel ist nicht nur ein soziales Problem für die Betroffenen, sondern deutet auch auf ungenutzte Produktionskapazitäten hin, die mit einem gesamtwirtschaftlichen Wohlstandsverlust verbunden sind. Machtpositionen auf Märkten für Güter und Dienstleistungen (siehe b) können die Folge einer ineffektiven Wettbewerbspolitik sein. Machtungleichgewichte sollten so weit wie möglich austariert werden, weil sie die Freiheit des individuellen Tausches beeinträchtigen. Informationsasymmetrien können die Fairness unterminieren, was sich beispielsweise in

⁸Siehe auch Insider-Outsider-Theorie (Lindbeck und Snower 2002).

⁹Siehe die Entscheidung der EU-Kommission, von Apple 13 Mrd. EUR an Steuernachzahlungen zu verlangen für gewährte Steuervorteile durch den irischen Staat. Siehe z. B. <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/eu-kommission-irland-klagt-gegen-apple-steuernachzahlung-1.3146373>.

¹⁰Siehe z. B. <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/europaeische-kommission-beklagte-intern-druck-der-autolobby-a-1110819.html>.

Verbraucherschutzgesetzen und dem Verbot des Insiderhandels an Finanzmärkten niederschlägt. Externe Effekte, also gesellschaftliche Kosten und Nutzen einzelwirtschaftlichen Handelns, sollen mit wirtschaftspolitischen Instrumenten zurückgedrängt werden; hohe Umweltbelastungen etwa sind Ausdruck nicht internalisierter externer Kosten. Aus dynamischer Perspektive soll die staatliche Politik dazu beitragen, die Akkumulation der Produktionsfaktoren und ein hohes Produktivitätswachstum zu fördern.¹¹

Eine Vielzahl von wirtschaftspolitischen Akteuren sind auf diesem Politikfeld aktiv: Ministerien für Finanzen, Soziales, Wirtschaft, Umwelt, Justiz, die Europäische Kommission, Kartellämter, Netz- und Arbeitsagenturen und viele andere auf nationaler und europäischer Ebene. Über ihre Tätigkeiten zu berichten und sie an ihren jeweiligen Zielen zu messen, ist ein Kernbereich des wirtschaftspolitischen Journalismus.

ii) **Marktfuktuationen stabilisieren**

Aus makroökonomischer Perspektive soll die Wirtschaftspolitik dafür sorgen, schädlichen Marktschwankungen vorzubeugen. Da Volkswirtschaften, insbesondere im Wechselspiel mit Kreditzyklen an den Finanzmärkten, zu einem Boom-Bust-Muster neigen (BIZ 2016, S. 76 ff.), ist es Aufgabe staatlicher Akteure, die Ausschläge zu begrenzen. Eine antizyklische Politik soll helfen, sowohl tiefe Rezessionen als auch Phasen der Überhitzung zu verhindern. Die Inflationsraten sollen über den Konjunkturverlauf niedrig und stabil sein. In offenen Volkswirtschaften kann es zudem zu erheblichen außenwirtschaftlichen Ungleichgewichten kommen, die das Potenzial haben, Krisen auszulösen. Der Aufbau großer Schuldner- oder Gläubigerpositionen gegenüber dem Ausland (durch dauerhaft hohe Defizite oder Überschüsse in der Leistungsbilanz) sollte deshalb frühzeitig gebremst werden.¹²

Fragen makroökonomischer Politik sind typischerweise mit Trade-offs über die Zeit verbunden. Kreditfinanzierte Ausgabenprogramme können in der Gegenwart erwünschte Wachstumsbeiträge liefern, in der Zukunft aber zu kaum tragbaren Schuldenlasten führen. Regulatorische Erleichterungen

¹¹Dieses Ziel ist im GG Art. 109 und EUV Art. 104 festgeschrieben.

¹²So verfolgt die EU als Lehre aus der Finanzkrise im Rahmen ihres Verfahrens die Beschränkung hoher staatlicher Verschuldung im Rahmen des Stabilitäts- und Wachstumspakt sowie die frühzeitige Korrektur makroökonomischer Ungleichgewichte durch ein permanentes Monitoring der Mitgliedstaaten, in das eine Vielzahl von Indikatoren einfließt (siehe auch <http://ec.europa.eu/eurostat/web/macroeconomic-imbalances-procedure/indicators>), wobei es allerdings mit der Durchsetzung von korrigierenden Maßnahmen hapert.

für die Banken können kurzfristig die Kreditvergabe an die Privatwirtschaft erhöhen, längerfristig aber das Finanzsystems destabilisieren. Expansive geldpolitische Maßnahmen können kurzfristig die Nachfrage anregen, längerfristig aber zu Inflation und Vermögenspreisblasen führen. Wirtschaftspolitischer Journalismus sollte diese Trade-offs mit ins Bild rücken und die Akteure der Stabilisierungspolitik konfrontieren, insbesondere Notenbanken, deren Instrumente inzwischen nicht nur geldpolitische Maßnahmen, sondern auch Finanzmarktaufsicht und regularische Eingriffe („makroprudenzielle Regulierung“) umfassen, nationale Finanzministerien und Parlamente sowie die EU-Kommission.

iii) **Marktverteilung korrigieren**

Fragen der sozialen Gerechtigkeit spielen eine prominente Rolle in der politischen Debatte, insbesondere mit Blick auf die soziale Sicherung, die Steuer-, Bildungs- und Familienpolitik. Dabei stehen häufig Werturteile, mit denen sich Ökonomen schwertun, im Mittelpunkt. Der wirtschaftspolitische Journalismus kann jedoch einen wichtigen Beitrag leisten, indem er zur Evidenzbasierung sozialpolitischer Diskurse beiträgt. Fragen der Verteilung von Einkommen und Vermögen, zur Performance auf dem Arbeitsmarkt von bestimmten soziodemografischen Gruppen, von Belastungen mit Steuern und Abgaben, zu Bildungserfolgen und sozialer Mobilität und viele weitere Themen lassen sich mit Zahlenreihen und Studien konfrontieren. Sozialpolitische Maßnahmen und Forderungen sollten einer unabhängigen Bewertung unterzogen werden mit Blick darauf, inwieweit die angestrebten Ziele erreicht werden. Interessenlagen sozialpolitischer Akteure (Politik, Gewerkschaften, Sozialverbände) bedürfen einer kritischen Auseinandersetzung. Sozialpolitische Debatten fokussieren sich häufig auf einzelne Gruppen von Leistungsempfängern, ohne zu thematisieren, welche Anreizwirkungen von vorgesehenen Maßnahmen ausgehen und wer diese Leistungen bezahlen soll. Wirtschaftspolitische Journalisten sollten das Gesamtbild erhellen.

Politische Debatten berühren häufig diverse der genannten Felder. So war die Einführung eines Mindestlohns in Deutschland 2015 eine primär sozialpolitische Maßnahme, deren angestrebtes Ziel es war, die Einkommen von Geringverdienern zu erhöhen (siehe iii) und ungleiche Machtverhältnisse auf dem Arbeitsmarkt zu korrigieren (siehe i). Potenzielle Folgewirkungen betrafen unter anderen die übrige Lohnbildung (siehe i), die konjunkturelle Entwicklung und die Inflationsrate (siehe ii). Wirtschaftspolitischer Journalismus sollte dazu beitragen, die Perspektive zu erweitern und insbesondere jene Aspekte in den Blick zu nehmen, die ansonsten in der Debatte unterbelichtet bleiben.

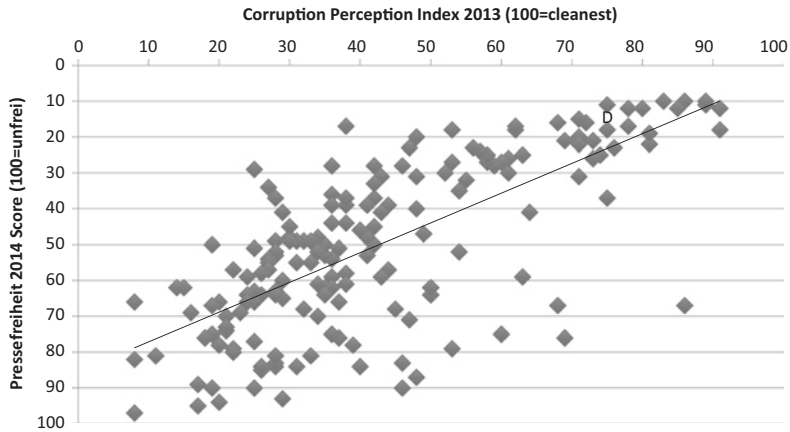


Abb. 1 Korruption und Pressefreiheit weltweit. (Quelle: Freedom House/Transparency International)

- d) *Staatsversagen thematisieren*. Der öffentliche Sektor trägt in allen entwickelten Volkswirtschaften einen großen Teil zur Wirtschaftsleistung bei: Er stellt öffentliche Güter bereit, betreibt soziale Sicherungssysteme, regulierende Behörden, Gerichte, Polizei, Militär und vieles mehr. Die Arbeit von Journalisten, die Licht in diese Institutionen bringen, insbesondere Missstände – Behördenwillkür, öffentliche Verschwendung und Betrug – aufdecken, verbessert auf Dauer die Funktionsweise staatlicher Institutionen (Stiglitz 2002). Empirisch lässt sich dies im internationalen Vergleich belegen: Zwischen der Pressefreiheit (gemessen am Freedom-of-the-Press-Index des US-Thinktanks Freedom House)¹³ und der Verbreitung von Korruption (gemessen am Corruption Perception Index der NGO Transparency International)¹⁴ gibt es einen klaren Zusammenhang (siehe Abb. 1). Rechts oben in der Punktwolke finden sich ausnahmslos westliche Länder, darunter Deutschland. Den Tiefpunkt links unten bildet Nordkorea. Bei den wenigen Ausreißern rechts unten in der Grafik, bei denen trotz geringer Pressefreiheit die Behörden relativ sauber arbeiten, handelt es sich überwiegend um autoritär regierte Kleinstaaten wie Singapur und Katar, wo offenkundig eine größere interne Kontrolle möglich ist.

¹³<https://freedomhouse.org/report-types/freedom-press>.

¹⁴<http://www.transparency.org/research/cpi/overview>.

Der empirische Befund illustriert, dass unabhängiger Journalismus ein wirksames Mittel ist, das Principal-Agent-Problem zu mildern. Wie die Institutionenökonomik gezeigt hat, sind Institutionen geprägt von Informationsasymmetrien (Ross 1973). Nach dem Verständnis des demokratischen Staates beauftragen die Bürger (Principals) Spezialisten (Agents) damit, die öffentlichen Belange für sie zu regeln; zu den Agents zählen gewählte Parlamentarier und öffentlich Bedienstete. Die Aktivitäten dieser Institutionen-Insider sind jedoch für Außenstehende nicht beobachtbar, also auch nicht für die auftraggebenden Bürger-Principals. Es besteht eine fundamentale Informationslücke, die dazu führt, dass Institutionen und ihre Insider-Akteure im Verborgenen ihre eigenen Interessen verfolgen, anstatt zuvörderst im Interessen ihrer Auftraggeber (der Bürger) zu handeln. Diese Lücke lässt sich durch das Herstellen von Öffentlichkeit verkleinern. Vollständige Transparenz herzustellen ist dafür keine notwendige Bedingung. Es genügt, wenn die Principals mit dem realistischen Risiko kalkulieren müssen, bei Fehlverhalten öffentlich zur Rechenschaft gezogen zu werden (Afzar 2007, S. 276 ff.). Nichtdemokratische Staatswesen, die ihren Institutionen ein hohes Maß an diskretionärem Spielraum verschaffen und dadurch Herrschaftsstrukturen zu sichern suchen, schränken typischerweise die Pressefreiheit ein. Eine Entwicklung, die in den vergangenen Jahren etwa in Russland und in der Türkei zu beobachten war (Freedom House 2016). Wo mangelnde Öffentlichkeit Korruption in nicht tolerierbarem Ausmaß begünstigt, sieht sich die Staatsführung zu Säuberungsaktionen gezwungen, wie in den vergangenen Jahren in China unter Präsident Xi Jinping. Freiheitliche Gesellschaften mit funktionstüchtigem Mediensystem hingegen sind tendenziell in der Lage, derlei Fehlentwicklungen frühzeitig zu erkennen und zu korrigieren.

- e) *Politische Prioritäten formulieren.* Um handlungsfähig zu sein, benötigen demokratische Gesellschaften eine gewisse Fokussierung der Öffentlichkeit. Nicht alle Entwicklungen sind zu jedem Zeitpunkt gleich dringlich. Nicht alle Probleme lassen sich gleichzeitig lösen. Eine Funktion des wirtschaftspolitischen Journalismus besteht deshalb darin, Prioritäten herauszuarbeiten und am Prozess des Agenda Setting mitzuwirken (McCombs und Shaw 1972). Er steht dabei inzwischen in einem komplexen Wechselspiel mit anderen Akteuren: mit Politikern, Lobbyisten, zunehmend auch mit Aktivisten und NGOs, die als Agenda Setter neuen Typs in den sozialen Netzwerken die öffentliche Meinung beeinflussen, wie sich etwa in der Debatte über den NSA-Skandal (Boynton und Richardson 2016) sowie über das US-EU-Freihandelsabkommen TTIP (von Nordheim et al. 2017) gezeigt hat.

Wie die klassische Analyse von Olson (2002) dargelegt hat, werden nicht alle Interessen im politökonomischen Prozess gleichermaßen wirksam. Individuen oder Unternehmen finden sich insbesondere dann zu schlagkräftigen Interessengruppen zusammen, wenn Investitionen in Lobbying einen individuell hohen Ertrag versprechen. Wenn der antizipierte Ertrag politischer Einflussnahme jedoch breit verteilt und individuell gering ist, sind Interessen häufig nicht organisierbar; bei rationaler Abwägung ist folglich niemand bereit, die Kosten des Lobbying zu tragen. Die Folge sind Asymmetrien in der Interessenvertretung, die zu politischen Resultaten führen, die dem demokratischen Prinzip zuwiderlaufen. Entscheidungen nutzen nicht unbedingt einer Mehrheit, sondern begünstigen mitunter spezifische, gut organisierbare Gruppen. Der Gleichheitsgrundsatz wird unterlaufen, weil nicht alle Interessen gleichermaßen Gehör finden. So ist die Masse der Konsumenten und Steuerzahler im öffentlichen Diskurs unterrepräsentiert, während klassische Industrien, Gewerkschaften, die Landwirtschaft, teils auch Sozialverbände und NGOs erhebliche Schlagkraft aufbringen. Wirtschaftspolitischer Journalismus sollte bemüht sein, die sich daraus ergebenden Ungleichgewichte auszubalancieren: Im Zweifel sollte denjenigen besondere Beachtung gelten, die im politökonomischen Diskurs an den kürzeren Hebeln sitzen. Dadurch leistet Journalismus einen Beitrag zur diskursiven Pluralität.

- f) *Dominante Narrative herausfordern.* Wie eingangs erwähnt, ist die wirtschaftspolitische Debatte durchzogen von Narrativen. Der Nutzen dieser Erzählungen liegt zum einen in der Reduktion von Komplexität. Zum anderen stellen sie eine gesellschaftliche Einigung über politische Prioritäten (siehe voriger Abschnitt), über Ursache-Wirkungs-Beziehungen und über den Lauf der Ereignisse dar. Insofern sind sie ein wichtiger Teil der immateriellen Infrastruktur einer Gesellschaft. Sie bergen aber auch eine Reihe von Risiken. Dominante volkswirtschaftliche Narrative blenden womöglich gerade jene Teile der Realität aus, wo sich Probleme aufbauen; sie zeigen eine erhebliche Persistenz, die bewirkt, dass Veränderungen der Lage über längere Zeit nicht ins Bewusstsein vordringen; sie können durch mächtige Interessen derart verzerrt sein, dass sie vernünftige wirtschaftspolitische Lösungen eher verhindern als begünstigen; sie beinhalten in ihren populistischen Ausprägungen gelegentlich zugespitzte Freund-Feind-Schemata, die Sündenböcke an den Pranger stellen und im Extremfall den gesellschaftlichen Frieden bedrohen.¹⁵

¹⁵So nahm in Polen nach der Regierungsübernahme der nationalkonservativen PiS-Partei mit ihrer immigrantenfeindlichen Rhetorik die Übergriffe auf Ausländer stark zu (Wasik und Foy 15 September 2016).

Der Weg in die Finanzkrise bietet Anschauungsmaterial für die Wirkungen von dominanten wirtschaftspolitischen Narrativen. Die verbreitete Überzeugung, Märkte seien inhärent stabil, blendete weitgehend die Risiken aus, die von volkswirtschaftlichen Ungleichgewichten ausgingen. So blieb über Jahre der Aufbau von Verschuldung im privaten Sektor, von großen Leistungsbilanzsalden, insbesondere innerhalb der Eurozone, von Immobilienpreisblasen und Baubooms weitgehend unerkannt. Wo solche Ungleichgewichte thematisiert wurden, nahmen wirtschaftspolitische Akteure die davon ausgehenden Gefahren nicht ernst. Begünstigt wurde diese partielle Ignoranz durch eine Gleichrichtung von wirtschaftlichen und politischen Interessen während der Boomphase, die der Krise vorausging, sodass ein effektives und frühzeitiges Gegensteuern ausblieb (Müller 2012, S. 20 ff.). Im Kontext der Eurozone kam hinzu, dass eine europäische Öffentlichkeit nach wie vor nicht existiert, sodass kein grenzüberschreitender Diskurs zustande kam, sondern jede Nation in ihren eigenen Deutungen und Prioritäten verhaftet blieb (Müller 2016).

Dominante ökonomische Narrative herauszufordern, gehört zu den originären Funktionen des wirtschaftspolitischen Journalismus. Analog zur Forderung an unabhängige Notenbanken, sich bei Übertreibungen der Märkte „gegen den Wind zu lehnen“ (z. B. White 2009), sollten Deutungsmonopole im ökonomischen Diskurs bestritten, alternative Deutungen vorgeschlagen und der Blick auf bislang unerkannte Entwicklungen geworfen werden. Evidenzbasierter wirtschaftspolitischer Journalismus sollte sich dabei nicht darauf beschränken, Behauptungen der Agenda Setter zu überprüfen und ihnen Fehler nachzuweisen. Um aufklärerisch wirksam zu sein, sollte er bestrebt sein, den herrschenden Deutungen eigene Gegennarrative gegenüberstellen. Dabei sollte er sich auf messbare Fakten, etablierte wissenschaftliche Erkenntnisse und, nicht zuletzt, originäre eigene Recherchen stützen und auf die besten Zugänge zur komplexen ökonomischen Realität, die zur Verfügung stehen. Damit kann er einen Beitrag leisten zur Diversifizierung von Zukunftserwartungen und zur Begrenzung von gesamtwirtschaftlichen Risiken.

4 Selbstverständnis des wirtschaftspolitischen Journalismus

Um seine Funktionen, wie im vorstehenden Abschnitt beschrieben, erfüllen zu können, benötigt wirtschaftspolitischer Journalismus ein hohes Maß an Unabhängigkeit, die in drei Dimensionen ihren Niederschlag findet:

- *Wirtschaftliche Unabhängigkeit* versetzt Journalismusanbieter in die Lage, eigene Prioritäten zu setzen, ökonomische, politische und institutionelle Interessen kritisch zu hinterfragen und sich selbst ein Bild von der Realität durch aufwendige Recherchen zu machen.
- *Intellektuelle Unabhängigkeit* befähigt Journalisten dazu, eigene Deutungen der Fakten und Zusammenhänge zu entwickeln. Sie sollten sich nicht damit begnügen, sich auf die eine oder andere Seite eines Diskurses zu schlagen, sondern bestrebt sein, eigenständige Blickwinkel und Positionen zu entwickeln.
- *Ideologische Unabhängigkeit* fordert von Journalisten innere Erkenntnis- und Urteilsfreiheit. Eine Selbstverortung in Dogmen und Denkschulen, die den Blick auf die Realitäten verstellt, ist mit der Rolle als Realitätserklärer nicht vereinbar. Da niemand frei ist von Werthaltungen und Vorurteilen, sind wirtschaftspolitische Journalisten aufgefordert, ihre eigenen Präferenzen und Schlussfolgerungen aus einer Haltung der selbstkritischen Skepsis zu hinterfragen.

Das Unabhängigkeitsparadigma ist jedoch durch strukturelle Verschiebungen innerhalb der Mediensysteme infrage gestellt. So wird die journalistische Arbeit erschwert durch den Druck, den Konzerne auf Medienunternehmen ausüben, insbesondere durch Erwartungen an die Berichterstattung im Zusammenhang mit dem Schalten von Werbung.¹⁶ Native Advertising im Umfeld digitaler journalistischer Angebote lässt die Grenze zwischen redaktionellem Inhalt und Werbung aus Sicht des Publikums verschwimmen (vgl. hierzu den Beitrag von Lutz Frühbrodt in diesem Band). Unternehmen bauen eigene Redaktionen auf und verbreiten ihnen genehme Inhalte selbst. Politik und Wirtschaft sind in der Lage, direkt in die und mit der Öffentlichkeit zu kommunizieren; über soziale Netzwerke wie Twitter und Facebook lassen sich Direktverbindungen zu den Bürgern herstellen. Die tradierten Strukturen einer hierarchisch mediatisierten Öffentlichkeit, in der professionelle Journalisten in der Rolle sind, den Informationsfluss zu lenken und die öffentliche Meinung maßgeblich zu beeinflussen (Jarren und Donges 2011, S. 104 ff.), sind noch nicht verschwunden, aber sie bröckeln.

¹⁶Dass dies inzwischen eine verbreitete Praxis ist, lässt sich aus dem Katalog von Geboten verstehen, den der Arbeitskreis Compliance 2015 als Empfehlungen herausgegeben hat (Inea 2015).

Die schwierige wirtschaftliche Lage vieler Medienunternehmen begünstigt redaktionelles Herdentriebverhalten. In einem intensiven Wettbewerb um Aufmerksamkeit ist das rasche Aufspringen auf Thementrends eine kostengünstige und risikoarme Strategie; aufwendige eigene Recherchen sind nicht notwendig, das Interesse des Publikums und damit verbundene Werbeeinnahmen erscheinen ausrechenbar (Hamilton 2004, S. 21 ff.). Skandalisierung und Übertreibung zahlen sich kurzfristig aus, auch wenn damit langfristig das Vertrauen seitens des Publikums schwindet; wenn die Unabhängigkeit und Unbestechlichkeit des Journalismus infrage stehen, liegt der Vorwurf einer verschwörerischen Kollaboration zwischen Medien und Mächtigen („Lügenpresse“) nicht fern. Diese Entwicklungen rühren am Selbstverständnis: Wirtschaftspolitischer Journalismus, der seine wirtschaftliche, intellektuelle und ideologische Unabhängigkeit einbüßt, wird irrelevant, weil er seine Funktionen nicht mehr erfüllt.

Anders gewendet: Nur wirtschaftspolitischer Journalismus, der seine Funktionen auch unter veränderten Rahmenbedingungen erfüllt, hat eine Chance, seine Unabhängigkeit zu bewahren. Aus medienökonomischer Sicht ist Journalismus ein Vertrauensgut (Nielsen 2016, S. 61 ff.); sein Wert ist für Konsumenten apriori nicht feststellbar, sondern lässt sich erst nach wiederholter Nutzung beurteilen. Erst verlässliche Qualität konstituiert seinen Wert und eröffnet dadurch (kommerzielle, nicht-kommerzielle oder öffentliche) Finanzierungsquellen. Ein journalistisches Medium jedoch, dessen *track record* durch Zweifel an seiner Unabhängigkeit beschädigt wird, verliert an Wert. Qualität im wirtschaftspolitischen Journalismus wiederum äußert sich nicht nur in der korrekten Wiedergabe von Fakten, sondern auch in der verlässlichen Priorisierung von kommenden ökonomischen und politischen Entwicklungen, in originellen Analysen und Blickwinkeln.

Der Wettbewerb um die Zeitbudgets der Nutzer hat sich enorm verschärft. Journalistische Inhalte konkurrieren mit einer ständig wachsenden Zahl von Unterhaltungsangeboten (Hamilton 2004, S. 160 ff.) und Social-Media-Inhalten. Parallel dazu hat das wirtschaftspolitische Themenfeld im Zuge der Globalisierung enorm an Breite und Komplexität gewonnen. Beide Entwicklungen haben die (Opportunitäts-) Kosten der Informationsverarbeitung steigen lassen (siehe Abschn. 3a). Um die Hürden für die Nutzer zu senken, sollten wirtschaftsjournalistische Angebote Zusammenhänge, Ursachen und Folgen in narrativer – das heißt: komplexitätsreduzierender, womöglich unterhaltsamer – Form darstellen. Die Kosten der Informationsverarbeitung sollten niedrig gehalten sein, indem auch komplexe Sachverhalte in einer Weise dargestellt werden, die es Bürgern auf Basis ihres Allgemeinwissens erlaubt, sie zu verstehen.

5 Schlussfolgerungen: sechs Gebote für wirtschaftspolitische Journalisten

Dieses Kapitel hat den wirtschaftspolitischen Journalismus in einer programmatischen Gesamtschau umrissen. Die Besonderheit dieses Genres besteht insbesondere in der Übertragung eines volkswirtschaftlichen Blickwinkels auf den Journalismus. Das heißt: Nicht Einzelinteressen stehen im Vordergrund, sondern die gesellschaftliche Wohlfahrt insgesamt. Zielkonflikte, die einer Abwägung bedürfen, sind die Regel. Der wirtschaftspolitische Journalismus ist systemrelevant in dem Sinne, dass er Marktversagen und Staatsversagen transparent zu machen sowie Verzerrungen im politökonomischen Diskurs auszugleichen sucht. Das Selbstverständnis geht weit über die neutrale Berichterstattung und Vermittlung hinaus: Um ihre Funktionen erfüllen zu können, sollten sich wirtschaftspolitische Journalisten als unabhängige Akteure auf Augenhöhe mit anderen Akteuren im wirtschaftspolitischen System verstehen und zugleich Geschichtenerzähler sein.

Als Anregung für die Praxis sollen abschließend sechs Gebote für wirtschaftspolitische Journalisten dienen:

- Gebot der Sorgfalt: *Recherchieren Sie umfassend!* Haben Sie alle relevanten Fragen beantwortet? Stehen Ihnen Sie belastbare Belege für alle Behauptungen zur Verfügung? Was haben Sie wirklich Neues zu erzählen? Sind Sie sich über die Motive und Interessen Ihrer Quellen im Klaren?
- Gebot der Wahrhaftigkeit: *Behalten Sie die Realität im Blick!* Bildet Ihr Beitrag ein Stück Wirklichkeit ab? Oder reproduzieren Sie vorgefasste Meinungen? Stimmen die Fakten?
- Gebot der Fairness: *Bleiben Sie anständig!* Gehen Sie so vor, dass Sie Objekten Ihrer Berichte hinterher noch in die Augen sehen können? Haben Sie Beschuldigten die Möglichkeit zur Gegenrede eingeräumt? Haben Sie alles getan, um Ihre Informanten zu schützen!
- Gebot der Unabhängigkeit: *Machen Sie sich mit niemandem gemein!* Haben Sie sich in Ihrer Recherche oder Ihrem Urteil beeinflussen lassen? Haben Sie irgendeine Art von Vorteil angenommen? Ist es richtig, dass Sie für die eine oder andere Seite Partei ergreifen?
- Gebot der Selbstreflexion: *Machen Sie sich Ihre Positionierung nicht leicht!* Warum empfinden Sie bestimmten Personen, Themen oder Thesen gegenüber Zu- und Abneigungen? Was sind Ihre eigenen biografischen Prägungen? Welche Interessen verfolgen Sie selbst?

- Gebot des konstruktiven Negativismus: *Konzentrieren Sie sich auf Probleme und Konflikte!* Was gut läuft, verbreitet sich von selbst, dafür sorgen Lobbyisten aller Art schon selbst. Wo gibt es Fehlentwicklungen, wo bahnen sich welche an? Welche Themen, Aspekte und Argumente werden in der öffentlichen Debatte übersehen? Dramatisieren Sie Fehlentwicklungen womöglich übermäßig? Haben Sie daran gedacht, Lösungswege aufzuzeigen?

Literatur

- Akerlof, G. A. (1970). The market for “Lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 3, 488–500.
- Akerlof, G. A., & Shiller, R. J. (2015). *Phishing for phools. The economics of manipulation & deception*. Princeton: Princeton University Press.
- Azfar, O. (2007). Disrupting corruption. In A. Shah (Hrsg.), *Performance accountability and combating corruption* (S. 255–283). New York: World Bank Publications.
- Banducci, S., & Stevens, D. (2016). Myth versus fact: Are we living in a post-factual democracy? In D. Jackson, E. Thorsen, & D. Wring (Hrsg.), *EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign. Early reflections from leading UK academics* (S. 22). Bournemouth: Centre for the Study of Journalism, Culture and Community.
- Bank für Internationalen Zahlungsausgleich (BIZ). (2016). *86th annual report*. Basel: BIZ.
- Bhatia, K., Evenett, S. J., & Hufbauer, G. C. (2016). Why General Electric is localising production. <http://voxeu.org/article/why-general-electric-localising-production>. Zugegriffen: 28. Aug. 2016.
- Berry, M. (2016). Understanding the role of the mass media in the EU Referendum. In D. Jackson, E. Thorsen, & D. Wring (Hrsg.), *EU Referendum analysis 2016: Media, voters and the campaign. Early reflections from leading UK academics* (S. 14). Bournemouth: Centre for the Study of Journalism, Culture and Community.
- Boynton, G. R., & Richardson, G. W., Jr. (2016). Agenda setting in the twenty-first century. *New Media & Society*, 19, 1916–1934.
- Corner, J. (1999). *Critical ideas in television studies*. Oxford: OUP.
- Elchardus, M., & Spruyt, B. (2016). Populism, persistent republicanism and declinism: An empirical analysis of populism as a thin ideology. *Government and Opposition*, 1, 111–133.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51–58.
- Eurobarometer. (2016). *Standard Eurobarometer 85, Spring 2016, Public opinion in the European Union*. Brüssel: EU.
- Europäische Kommission (2012). Was ist Wettbewerbspolitik? http://ec.europa.eu/competition/consumers/what_de.html. Zugegriffen: 20. Oct. 2016.
- Freedom House (2016). Freedom of the press 2016. Battling for the dominant message. https://freedomhouse.org/sites/default/files/FH_FTOP_2016Report_Final_04232016.pdf. Zugegriffen: 12. Sept. 2016.

- Friedman, B. M. (1979). Optimal expectations and the extreme information assumptions of rational expectations macromodels. *Journal of Monetary Economics*, 5, 23–42.
- Hamilton, J. T. (2004). *All the news that's fit to sell: How the market transforms information into news*. Princeton: Princeton University Press.
- Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *The American Economic Review*, 35, 519–530.
- Heinrich, J. (2010). Öffentlichkeit: Was sagt die Ökonomie dazu? In T. Eberwein & D. Müller (Hrsg.), *Journalismus und Öffentlichkeit* (S. 73–85). Wiesbaden: VS Verlag.
- Heinrich, J., & Moss, C. (2006). *Wirtschaftsjournalismus. Grundlagen und Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Institute for European Affairs (Inea). (2015). Kodex für die Medienarbeit von Unternehmen. Empfehlung des Arbeitskreises „Corporate Compliance“ auf seiner Essener Sitzung am 30. Januar 2015. http://www.manager-magazin.de/static/pdf/Kodex_Medienarbeit.PDF. Zugegriffen: 15. Sept. 2016.
- HM Treasury. (2016). The long-term economic impact of EU membership and the alternatives. https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/517415/treasury_analysis_economic_impact_of_eu_membership_web.pdf. Zugegriffen: 8. Sept. 2016.
- Jarren, O., & Donges, P. (2011). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung* (3. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag.
- Kaeser, E. (22. August 2016). Das postfaktische Zeitalter. Neue Zürcher Zeitung. <http://www.nzz.ch/meinung/kommentare/googeln-statt-wissen-das-postfaktische-zeitalter-ld.111900>. Zugegriffen: 20. Sept. 2016.
- Krueger, A. (1974). The political economy of the rent-seeking society. *American Economic Review*, 64, 291–303.
- Lindbeck, A. & Snower, D. (2002). The insider-outsider theory: A survey. *IZA Discussion Paper* 534, o. S.
- Mast, C. (2012). *Neurorientierung im Wirtschaftsjournalismus. Redaktionelle Strategien und Publikumserwartungen*. Wiesbaden: VS Verlag.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176–187.
- Müller, H. (2012). *Euro-Vision. Warum ein Scheitern unserer Währung eine Katastrophe wäre*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Müller, H. (2016). Fighting Europe's crisis with innovative media: A modest proposal. *Journal of Business and Economics*, 7, 1399–1409.
- Müller, H. (2017). Populism, De-globalisation and media competition: The spiral of noise. *Central Eastern European Journal of Communication* 2017, in Spring Edition, 62–76.
- Muth, J. F. (1961). Rational expectations and the theory of price movements. *Econometrica*, 29, 315–335.
- Nielson, R. K. (2016). The business of news. In T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida (Hrsg.), *The sage handbook of digital journalism* (S. 51–67). Newbury Park: Sage.
- Nordheim, G. v., Boczek, K., Koppers, L., & Erdmann, E. (2017). Reuniting a divided public? Tracing the TTIP debate on Twitter and in traditional media. *International Journal of Communication* (im Erscheinen).
- Olson, M. (2002). *The logic of collective action. Public goods and the theory of groups* (20. Aufl.). Cambridge: Harvard University Press.

- Peress, J. (2014). The media and the diffusion of information in financial markets: Evidence from newspaper strikes. *Journal of Finance*, 69, 2007–2043.
- Roberts, D. (2010). Post-truth politics. <http://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/>. Zugegriffen: 12. Sept. 2016.
- Ross, S. A. (1973). The economic theory of agency: The principal's problem. *American Economic Review*, 63, 134–139.
- Sargent, T. J. (2013). *Rational expectations and inflation* (3. Aufl.). Princeton: Princeton University Press.
- Shiller, R. J. (2002). Irrational exuberance in the media. In World Bank (Hrsg.), *The right to tell. The role of mass media in economic development* (S. 83–93). Washington D. C.: World Bank.
- Shiller, R. J. (2017). *Narrative economics*. Cowles Foundation Discussion Paper No. 2069.
- Silberstein-Loeb, J. (2014). *The international distribution of news: The associated press, press association, and Reuters 1848–1947*. New York: Cambridge Univ. Press.
- Stiglitz, J. (2002). Transparency in government. In World Bank (Hrsg.), *The right to tell. The role of mass media in economic development* (S. 27–44). Washington DC: World Bank.
- Tullock, G. (1967). The welfare costs of tariffs, monopolies, and theft. *Western Economic Journal*, 5, 224–232.
- Wasik, Z. & Foy, H. (15. September 2016). Immigrants pay for Poland's fiery rhetoric. *Financial Times*, S. 5.
- White, W. R. (2009). *Should central banks 'lean or clean'?* Frankfurt a. M.: Center for Financial Studies.
- World Trade Organisation (WTO). (2016). *Report on G 20 trade measures*. Genf: The World Trade Organisation.
- Wring, D. (2016). From super-market to Orwellian super-state: the origins and growth of newspaper scepticism. In D. Jackson, E. Thorsen, & D. Wring (Hrsg.), *EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign. Early reflections from leading UK academics* (S. 12). Bournemouth: Centre for the Study of Journalism, Culture and Community.
- Wyss, V. (2011). Narration freilegen: Zur Konsequenz der Mehrsystemrelevanz als Leitdiffferenz des Qualitätsjournalismus. In K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli, et al. (Hrsg.), *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation – Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien* (S. 31–47). Wiesbaden: VS Verlag.

Über den Autor

Henrik Müller ist Professor für Wirtschaftspolitischen Journalismus am Institut für Journalistik der Technischen Universität Dortmund und Sprecher des Dortmund Center for data-based Media Analysis (DoCMA). Er studierte Volkswirtschaftslehre an der Christian-Albrechts-Universität Kiel und promovierte an der Universität der Bundeswehr in Hamburg. Seit dem Jahr 2000 arbeite er als Redakteur bei der Zeitschrift „manager magazin“, ab 2009 als stellvertretender Chefredakteur, bis er 2013 an die TU Dortmund wechselte.

Qualität im wirtschaftspolitischen Journalismus

Otto, K.; Köhler, A. (Hrsg.)

2017, VII, 285 S. 13 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-17466-8