

WIRTSCHAFTSPRESSE IM HÄRTESTEN

In der Befragung des „Schweizer Journalisten“ und News aktuell liegt die „NZZ“ erneut vorn. Die „Weltwoche“ und der Boulevard werden abgestraft.

TEXT & UMFRAGE: MARKUS WIEGAND

Unter Schweizer Kommunikationsprofis wächst die Unzufriedenheit mit den Leistungen der Wirtschaftsredaktionen. In der Befragung, die der „Schweizer Journalist“ in Kooperation mit News aktuell alle zwei Jahre erhebt, sank die durchschnittliche Bewertung der wichtigsten 25 Wirtschaftsredaktionen von 4,25 aus dem Jahr 2012 (ohne „Stocks“, das eingestellt wurde) auf 4,01. Dazu beklagten etliche Befragte in ihren Kommentaren eine sinkende Qualität der Berichterstattung.

Tops und Aufsteiger

Die „**Neue Zürcher Zeitung**“ sicherte sich für ihre Gesamtleistung zum vierten Mal hintereinander den ersten Platz unter den Wirtschaftsredaktionen. Allerdings sank die durchschnittliche Bewertung im Vergleich zu 2012 um fast eine halbe Note. „Viel Pflichtlektüre, wenig Highlights“, urteilte ein Befragter über die Nummer eins. Ihre herausgehobene Stellung verdankt die „NZZ“ wohl vor allem dem fachlichen Know-how der Redaktoren, denn in der Kategorie Sachliche Exaktheit ist der Abstand zur Konkurrenz besonders gross. Hier erreichte die „NZZ“ die Note 5.33.

Einen signifikanten Sprung nach oben schaffte das Onlineportal **finews.ch** mit einem Sprung von Platz 22 auf Rang elf. Es konnte als einziges Medium gegen den Trend seine Bewertung deutlich verbessern. Offenbar gelingt es dem achtköpfigen Team um Claude Baumann und Ralph Pöhner, die vor rund fünfeinhalb Jahren starteten, immer besser, sich in der Szene zu verankern. Noch 2012 landete das kleine Portal in der Kategorie Pflichtlektüre auf dem letzten Platz. Inzwischen ist finews in dieser Sparte auf Platz 13 angekommen.

Ebenfalls leicht verbessern in der Reihen-

folge konnten sich die „**Handelszeitung**“ und trotz der jüngsten Kritik des Ringier-Verlages **sda**. Beide konnten ihre Noten halten und rückten dadurch im Ranking auf. Bei der „Handelszeitung“ hat für die bessere Bewertung offenbar der neue Kurs unter Chefredaktor Stefan Barmettler (seit August 2013) beigetragen, der das Blatt wieder näher an der Wirtschaft positioniert, während Vorgänger Beat Balzli vor allem über Recherche Geschichten in „Spiegel“-Machart punkten wollte.

Ebenfalls einen Sprung nach oben gemacht hat die „**Berner Zeitung**“, die insgesamt auf Platz zehn liegt und sich mit einer positiven Wertung deutlich von den anderen Regionaltiteln absetzen kann.

Flops und Absteiger

Traditionell schlecht schnitten die Boulevardtitel „**Blick**“, „**Sonntagsblick**“ und „**20 Minuten**“ ab. Zu „20 Minuten“, das erneut auf dem letzten Platz landete, schrieb ein Teilnehmer diplomatisch, Wirtschaftsthemen seien eben „nicht die Kernkompetenz“ des Blattes. Zum „Blick“ urteilte ein anderer Befragter: „wenig Relevanz in der Wirtschaft“. Der zu Jahresbeginn angetretene Chefredaktor René Lüchinger will das ändern und hat noch viel Arbeit vor sich. Denn selbst in der Kategorie Einfluss liegt sein Boulevardblatt nur auf Platz 15 und es zählt auch nicht zur bevorzugten Pflichtlektüre der PR-Profis.

Zum Vergleich: Bei der Erhebung des deutschen „Wirtschaftsjournalisten“ im vergangenen Jahr landete „Bild“ in der Kategorie Einfluss unter 50 Titeln auf Platz zwei hinter dem „Spiegel“. Und rund 40 Prozent der PR-Leute sahen „Bild“ als Pflichtlektüre. Das bedeutete Platz zwölf von 50, noch vor der „Zeit“ oder der „Welt“.





Deutlich abgestraft wurde erneut die „Weltwoche“, die es bei 25 Redaktionen nur auf den vorletzten Platz schafft. „Die Wirtschaftskompetenz sollte wieder gestärkt werden“, monierte ein Teilnehmer. Andere warfen dem Blatt „Thesenjournalismus“ und „Hetzkampagnen“ vor.

Zu den Verlierern im Vergleich zu 2012 zählt zudem das **SRF Fernsehen**, das von Rang sechs auf zwölf rutschte. Im Gegensatz zum **SRF Radio**, das Platz vier halten konnte und als „solid und zuverlässig gelobt wird“, monierten Befragte beim Fernsehen eine Tendenz zum „Häppchen-Wirtschaftsjournalismus“. Dem SRF Fernsehen wird aber dennoch weiterhin der grösste Einfluss von allen zugesprochen.

Auf dem Sonntagsmarkt hat die „**Sonntagszeitung**“ mit Rang 16 leicht an Boden verloren. „Die vielen Wechsel machen sich negativ bemerkbar“, urteilte ein Pressesprecher. Vorn in dieser Kategorie bleibt die „NZZ am Sonntag“ (Platz sechs, Kommentar: „solid, der Biss ging jedoch etwas verloren“), dahinter folgt neu die „Schweiz am Sonntag“ (Platz 13, Kommentar: „immer wieder Riecher für gute Storys“).

Fazit

Was auffiel: Besonders harte Kritik zogen in diesem Jahr die Regionaltitel auf sich (s. *Kommentare rechts*). Die PR-Profis vermissen bei den Zeitungen zunehmend die Eigenleistungen und Tiefe in den Wirtschaftsredaktionen. Während die Wirtschaftspresse, Nachrichtenagenturen und die Spezialtitel gut abschneiden, wird genau das Segment zunehmend kritisch gesehen, das nach dem Fernsehen Tag für Tag die meisten Nutzer erreicht.

KOMMENTARE DER BEFRAGTEN ZUR WIRTSCHAFTSPRESSE:

Versagen der Regionaltitel: „Wir haben insgesamt keine schlechte Wirtschaftspresse. Allerdings gehen nur vier bis fünf Titel auf Hintergründe ein und stellen die grossen Zusammenhänge dar. Bedauerlich ist das Versagen der Regionalmedien, die ihre Chance der lokal-regionalen Wirtschaftsberichterstattung kaum wahrnehmen, sondern den Grossen oder der sda/awp abschreiben.“

Zu wenig Tiefe: „Das Thema Wirtschaft ist super interessant, hat aber bei regionalen Zeitungen einen schweren Stand (vielleicht auch personell schlecht besetzt?). Schade, da gibt es doch noch

Luft nach oben. Man wünscht sich mehr Eigenständigkeit und Tiefgang und ein besseres Verstehen der Zusammenhänge.“

Schlechte Sprachkenntnisse: „Schweizer Wirtschaftsjournalisten arbeiten fair und sind am Kontakt mit den Unternehmen stets sehr interessiert. Die Zusammenarbeit ist alles in allem gut. Für internationale Konzerne ist es jedoch auch ernüchternd, dass es zahlreiche Wirtschaftsjournalisten gibt, die verhältnismässig schlecht Englisch sprechen, ganz zu schweigen von Französisch.“





IMAGEPROFIL DER ABGEFRAGTEN TITEL

Rang	Rang 2012	Medium	Note	Note 2012
1	(1)	Neue Zürcher Zeitung	4,94	(5,36)
2	(2)	Finanz und Wirtschaft	4,77	(4,98)
3	(5)	sda	4,65	(4,64)
4	(4)	SRF (Radio)	4,62	(4,81)
5	(8)	Handelszeitung	4,55	(4,55)
6	(3)	NZZ am Sonntag	4,53	(4,91)
7	(6)	Reuters	4,41	(4,56)
8	(10)	awp	4,32	(4,52)
9	(9)	Tages-Anzeiger	4,21	(4,54)
10	(15)	Berner Zeitung	4,11	(4,11)
11	(22)	fnews.ch	4,07	(3,69)
12	(6)	SRF (Fernsehen)	4,04	(4,56)
13	(13)	Schweiz am Sonntag	4,00	(4,21)
14	(11)	Bilanz	3,97	(4,40)
15	(16)	Basler Zeitung	3,93	(4,08)
16	(12)	Sonntagszeitung	3,87	(4,26)
17	(17)	Neue Luzerner Zeitung	3,70	(4,07)
18	(17)	St. Galler Tagblatt	3,63	(4,07)
19	(14)	Nordwestschweiz	3,60	(4,16)
19	(19)	Südostschweiz	3,60	(4,00)
21	(21)	cash.ch	3,57	(3,81)
22	(25)	Blick	3,33	(3,47)
23	(23)	Sonntagsblick	3,27	(3,63)
24	(24)	Weltwoche	3,24	(3,59)
25	(26)	20 Minuten	3,20	(3,24)

Die Frage lautete: Welche Arbeit leisten die Redaktionen insgesamt? (Schulnoten von 6: sehr gut bis 1: ungenügend)





PFLICHTLEKTURE

PLATZ	MEDIUM	NOTE
1	Neue Zürcher Zeitung	5,09
2	sda	4,96
3	NZZ am Sonntag	4,93
4	SRF (Fernsehen)	4,56
5	SRF (Radio)	4,55
6	Tages-Anzeiger	4,30
7	Reuters	4,25
8	Handelszeitung	4,22
9	Bilanz	4,21
10	awp	4,20
11	Sonntagszeitung	4,18
12	Finanz und Wirtschaft	4,14
13	finews.ch	3,62
14	Schweiz am Sonntag	3,53
15	Berner Zeitung	3,48
16	cash.ch	3,34
17	Weltwoche	3,30
18	Basler Zeitung	3,28
19	Neue Luzerner Zeitung	3,25
20	Nordwestschweiz	3,12
21	Südostschweiz	3,06
22	20 Minuten	3,04
23	St. Galler Tagblatt	3,02
24	Blick	2,87
25	Sonntagsblick	2,74

An welchen Medien kommt man nicht vorbei? Welche lesen/hören/sehen Sie regelmässig? Es gilt das Schweizer Notensystem: 6 = grosse Bedeutung, 1 = kleine Bedeutung.

Ausser Reichweite: Bitter für den „Sonntagsblick“. Die grösste Zeitung am Sonntag spielt bei PR-Profis kaum eine Rolle.

SACHLICHE EXAKTHEIT

PLATZ	MEDIUM	NOTE
1	Neue Zürcher Zeitung	5,33
2	sda	4,79
3	Finanz und Wirtschaft	4,77
4	NZZ am Sonntag	4,76
5	SRF (Radio)	4,64
6	Handelszeitung	4,56
7	Reuters	4,51
8	Tages-Anzeiger	4,35
9	awp	4,33
10	SRF (Fernsehen)	4,26
11	Bilanz	4,21
12	Schweiz am Sonntag	4,18
13	finews.ch	4,12
14	Sonntagszeitung	4,08
15	Berner Zeitung	4,03
16	Basler Zeitung	3,92
17	cash.ch	3,83
18	Nordwestschweiz	3,81
19	Südostschweiz	3,74
20	St. Galler Tagblatt	3,71
21	Neue Luzerner Zeitung	3,67
22	Weltwoche	3,32
23	Sonntagsblick	3,29
24	Blick	3,08
25	20 Minuten	2,92

Die Journalisten welches Mediums/welcher Wirtschaftsredaktion verstehen ihr Handwerk und arbeiten sorgfältig? Es gilt das Schweizer Schulnotensystem: 6 = sehr gut, 1 = ungenügend

Domäne der Seriösen: Beim Handwerk distanziert die „NZZ“ die Konkurrenz am deutlichsten.





EINFLUSS

PLATZ	MEDIUM	NOTE
1	SRF (Fernsehen)	4,95
2	Neue Zürcher Zeitung	4,85
3	sda	4,76
4	NZZ am Sonntag	4,63
5	SRF (Radio)	4,49
6	Sonntagszeitung	4,47
7	Tages-Anzeiger	4,45
8	Bilanz	4,37
9	Handelszeitung	4,13
9	Reuters	4,13
11	20 Minuten	4,00
12	Finanz und Wirtschaft	3,97
13	Sonntagsblick	3,89
13	awp	3,89
15	Blick	3,84
16	Schweiz am Sonntag	3,74
17	Weltwoche	3,58
18	Berner Zeitung	3,35
18	Neue Luzerner Zeitung	3,35
20	Basler Zeitung	3,32
21	finews.ch	3,18
22	Nordwestschweiz	3,08
22	cash.ch	3,08
24	Südostschweiz	2,97
25	St. Galler Tagblatt	2,92

In welchen Medien rufen Veröffentlichungen über Ihr Unternehmen und Ihre Branche am meisten Aufmerksamkeit/Konsequenzen (positiv wie negativ) hervor? Es gilt das Schweizer Schulnotensystem: 6 = grosse Bedeutung, 1 = kleine Bedeutung.

Die Macht der Bilder: Trotz Onlinezeitalter dominiert das Fernsehen in dieser Wertung. Die Regionaltitel dagegen werden für die Unternehmen immer unbedeutender.

FAIRNESS

PLATZ	MEDIUM	NOTE
1	Neue Zürcher Zeitung	4,94
2	sda	4,81
3	Reuters	4,74
4	Finanz und Wirtschaft	4,72
5	SRF (Radio)	4,52
6	awp	4,50
7	Handelszeitung	4,38
8	NZZ am Sonntag	4,28
9	finews.ch	4,25
10	Tages-Anzeiger	4,23
11	Bilanz	4,19
12	SRF (Fernsehen)	4,16
13	Basler Zeitung	4,10
13	Berner Zeitung	4,10
15	Schweiz am Sonntag	4,03
16	Neue Luzerner Zeitung	3,90
17	Nordwestschweiz	3,89
18	St. Galler Tagblatt	3,86
19	Sonntagszeitung	3,84
20	Südostschweiz	3,82
21	cash.ch	3,62
22	Sonntagsblick	3,47
23	Blick	3,31
24	Weltwoche	3,24
25	20 Minuten	3,13

Welche Redaktionen halten Absprachen (Sperrvermerke, Off-the-Record-Informationen) ein? Bei welchen dient das Interesse der Journalisten immer nur der Sache? Es gilt das Schweizer Schulnotensystem: 6 = höchste Note, 1 = tiefste Note.

Boulevard am Ende: „20 Minuten“ und „Blick“ haben es schwer, die Agenturen dagegen werden geschätzt.