

Gerd G. Kopper

Ruß-Mohl, Stephan/Stuckmann, Heinz D. (Hg.): Wirtschafts-Journalismus

1992

<https://doi.org/10.17192/ep1992.4.5293>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kopper, Gerd G.: Ruß-Mohl, Stephan/Stuckmann, Heinz D. (Hg.): Wirtschafts-Journalismus. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 9 (1992), Nr. 4. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1992.4.5293>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Stephan Ruß-Mohl, Heinz D. Stuckmann (Hg.): Wirtschafts-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis

München, Leipzig: List Verlag 1991, 295 S., Preis nicht mitgeteilt

Gelegentlich sträuben sich Bücher besonders vehement gegen die schwierige und unterentlohnte Aufgabe eines Rezensenten. Handbücher enthalten besonders viel Widerborstigkeit gegen das gewöhnliche Kritikervermögen, enthalten sie doch in der Regel zu viele Facetten und inhaltliche Perspektiven. Sind sie doch zumeist zusätzlich das Produkt zu vieler imaginiertes Nutzungsmöglichkeiten. Allzu oft beherrschen auch die Herausgeber nur einen Teil des Materials. Es stellen sich mithin eine Reihe inhärenter Probleme, die mit diesem Genre zusammenhängen. So auch bei diesem Buch, in dem 65 Artikel versammelt sind, die von 51 AutorInnen verfaßt wurden. Angerichtet ist ein Büffet mit folgenden Hauptelementen: Medien und Märkte, Ansätze zur Kritik des Wirtschaftsjournalismus, Arbeitsmittel und Recherchewege, Auswahl und Darstellung, medienspezifische Präsentation, Arbeitssituation und Berufsethik, Zukunftsperspektiven und Spezialisierungsfelder sowie Orientierungshilfen (z.B. Fakten und Institutionen). Ein Autorenverzeichnis und ein Register sind beigegeben, beides in diesem Falle für den Umgang mit dem Buch unerlässlich.

Der Ansatz erscheint auf den ersten Blick enzyklopädisch, doch ist die Fülle der Beiträge eher eine Versammlung von durchaus Ähnlichem oder gar Gleichem. Die Herausgeber entschuldigen sich in ihrem Vorwort, sie hätten "derlei Redundanz zwar verringern, aber nicht gänzlich beseitigen können. Manches mußte - in jeweils unterschiedlichen Zusammenhängen - erneut gesagt werden" (S.9). Es

fällt einem, je länger man mit dem Buch umgeht, schwerer, diese Schrift als eine systematisch orientierte Einführung in den Bereich des Wirtschaftsjournalismus anzusehen. Eine Reihe wichtiger Probleme im Ausbildungs- und Praxiszusammenhang des Wirtschaftsjournalismus kommen nicht vor, sind vielleicht nicht einmal erkannt worden. Sie liegen unter dem Geröll einer eher praktizistischen Sicht von 'Machbarkeit' bei der Mehrzahl der Autoren verborgen.

Um nur einiges aufzuführen: Bewertungsfragen - mithin jede Form der Kommentierung - rekurren im Wirtschaftsjournalismus, gewollt oder nicht, auf theoretische Ausgangspositionen der Ökonomie. Werden solche Positionen nicht offengelegt und für die Leser- / Zuschauerschaft einsichtig gehalten, entsteht wirtschaftspolitische Ideologie. Ein Grundstrom des Wirtschaftsjournalismus in der Bundesrepublik Deutschland baut auf dieser Tradition der verdeckten Ideologisierung auf. Hiervon kein Wort im Handbuch. Schlimmer noch: Das Handbuch tut so, als existierte überhaupt kein theoretisch determiniertes Problem im Wirtschaftsjournalismus.

Ein weiterer vergleichbarer Punkt: Läßt sich eine Einweisung in Grundfragen des Wirtschaftsjournalismus heute sinnvoll gestalten, ohne einen inhaltlichen und strukturellen Bezug zur internationalen Entwicklung? Müßte man vor dem Hintergrund dieser Frage nicht auf anregende Traditionen einer aufklärerischen Variante der Vermittlung ökonomischen Grundlagenwissens etwa in den USA stoßen, die gerade durch den Wirtschaftsjournalismus erfolgt? Man denke an die erfolgreiche Arbeit von Leonard Silk in der *New York Times* und die daraus erwachsenen einführenden Bestseller. Warum fehlt diese Art des Umgangs mit Wirtschaftsthemen und Wirtschaftswissenschaft bei uns? Oder warum gelingt es in Großbritannien, ironische, witzige, gelegentlich satirische Wirtschaftsberichterstattung zu betreiben - also sehr viel lesbarer zu sein als hierzulande in diesem Gebiet? Fragen der Relativität des deutschen Typus der Wirtschaftsberichterstattung werden nicht gestellt in diesem Handbuch.

Mit einem Wort, das Handbuch trägt wenig dazu bei, die besondere Orthodoxie der Wirtschaftsberichterstattung in Deutschland in ihren Traditionen, Defiziten und strukturellen Schwächen auszuleuchten. Der Gesamttenor, der sich durch die Auswahl zieht, lautet: Es kann alles viel besser, knapper, einleuchtender, verständlicher und zu noch viel mehr wirtschaftlich relevanten Einzelthemen verarbeitet werden. Und weil die Ökonomie alles durchdringt, tue sich hier ein interessantes, weitgespanntes Arbeitsfeld auf. So betrachtet, ist das Buch gerade in seinem büffetartigen Arrangement - kurze, griffige Abhandlungen einer Vielzahl

nicht selten prominenter VerfasserInnen - kulinarisch anregend, aber nicht unbedingt in allen Fällen solide Kost.

Zu den soliden Happen zählen eine Übersicht zu Medien und Märkten der Wirtschaftsberichterstattung von Ingeborg Hilgert und Heinz D. Stuckmann, ferner einige praxisbezogene Artikel, hier nur beispielhaft benannt, die von Wolfgang Schöhl über Datenbanken oder von Hermann Bott, der den Rechercheweg zum Fall 'Neue Heimat' nachzeichnet. Insgesamt rangiert die Fülle an AutorInnen jedoch vor der Fülle an Einsichten. Natürlich stellen sich für die unterschiedlichen Nutzerkreise sicher unterschiedliche Segmente an Handbuchbeiträgen als verwendbar heraus, die Frustration mit dem Rest wird jedoch in allen Kreisen gleich groß bleiben: Wer sich in die Probleme des Wirtschaftsjournalismus im Rahmen seiner Berufsfindung einlesen möchte, erfährt wenig Konturengenaues und merkt nicht, daß er tatsächlich in die tragende Berufsideologie dieser Sparte eingewiesen wird, dem Prinzip praktizistischer Machbarkeit und Theorieblindheit. Wer als Praktiker Anregungen und Übersicht sucht, dem fehlt es an wirklich weiterführenden Einsichten und Analysen.

Dennoch gilt es festzuhalten, ein solches Handbuch fehlte, und es liegt nun vor. Letztere Tatsache allein ist bereits begrüßenswert. Die technische und redaktionelle Mühe, der sich die Herausgeber unterzogen haben, ist deutlich ablesbar und verdient Anerkennung. Die Art der Revue, in der hier Wirtschaftsjournalismus passieren gelassen wird, hat dennoch eher magazinartige Züge. Vielleicht ist das Grundmißverständnis, das sich zum Ärgernis auswachsen kann, darauf zurückzuführen, daß die Schrift als "Handbuch" auftritt. Unter diesem Begriff würde man gängig eine Sammlung erwarten, in der auch Problematisches und Grundlegendes vertreten ist. Dieses Buch ist davon frei. Die Chance, hier eine zukünftig 'klassische' Sammlung zum Wirtschaftsjournalismus vorzulegen, wurde nicht genutzt.

Gerd G. Kopper (Dortmund)