



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2013

---

## **Wirtschaftsberichterstattung in der Krise**

Schranz, Mario ; Eisenegger, Mark ; Imhof, Kurt ; Schneider, Jörg

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich  
ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-203541>  
Scientific Publication in Electronic Form  
Published Version

Originally published at:

Schranz, Mario; Eisenegger, Mark; Imhof, Kurt; Schneider, Jörg (2013). *Wirtschaftsberichterstattung in der Krise*.  
Basel: Schwabe Verlag.

# Qualität der Medien

## Wirtschaftsberichterstattung in der Krise

Schweiz Suisse Svizzera

Die vorliegende Studie «Wirtschaftsberichterstattung in der Krise» ist bereits im Jahrbuch 2010 *Qualität der Medien* publiziert worden (fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich [Hg.]: Jahrbuch 2010 *Qualität der Medien*. Schweiz – Suisse – Svizzera. Basel: Schwabe, S. 275–283). Die Sterne hinter einzelnen Begriffen verweisen auf das Glossar des Jahrbuchs.

Diese ePublikation verfügt u.a. über folgende Funktionen: Volltextsuche und Verlinkungen zu Internetseiten.

Copyright © 2013 Schwabe AG, Verlag, Basel, Schweiz und fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/  
Universität Zürich

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Das Werk einschliesslich seiner Teile darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages und des fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich in keiner Form reproduziert oder elektronisch verarbeitet, vervielfältigt, zugänglich gemacht oder verbreitet werden.

Gestaltung: Thomas Lutz, Schwabe

Gesamtherstellung: Schwabe AG, Druckerei, MuttENZ/Basel, Schweiz

ISBN 978-3-7965-3221-4

ISSN 2296-5114

[rights@schwabe.ch](mailto:rights@schwabe.ch)

[www.foeg.uzh.ch](http://www.foeg.uzh.ch)

[www.schwabeverlag.ch](http://www.schwabeverlag.ch)

Studien

2/2010

# Qualität der Medien

Schweiz – Suisse – Svizzera

## Wirtschaftsberichterstattung in der Krise

Mario Schranz, Mark Eisenegger, Kurt Imhof, Jörg Schneider

Herausgegeben vom

fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich

im Auftrag der Stiftung Öffentlichkeit und Gesellschaft, Zürich

Schwabe Verlag Basel

## Zusammenfassung

- Die seismografische Funktion, frühzeitig vor der Finanzmarktkrise zu warnen, wurde von den Schweizer Medien nicht erfüllt. Zwar wurde von einigen wenigen Medien bereits ab 2005 vereinzelt auf die risikoträchtige Bubble-Bildung im US-Immobilienmarkt hingewiesen. Diese Interpretation blieb jedoch erstens peripher und sie reflektierte zweitens nicht die gesellschaftlichen Folgen.
- Die Krise wurde in den Medien erst sehr spät, d.h. ab der zweiten Hälfte 2007 erkannt. Dies erfolgte zu einem Zeitpunkt, als bereits bekannt war, dass Hypothekenbanken schwerwiegende Probleme haben und dass Hedge Funds von Grossbanken (z.B. UBS Dillon Read) katastrophale Verluste verzeichneten. Selbst in dieser Phase blieb die Berichterstattung allerdings der Fokussierung auf einzelne Unternehmen und Wirtschaftszweige verhaftet. Eine übergeordnete Thematisierung möglicher Systemrisiken fand kaum statt.
- Während im amerikanischen Subprime-Sektor eine gewaltige Blase heranwuchs, beherrschten die Umsatz- und Gewinnerfolge der Grossbanken einerseits sowie die Skandalisierung\* der Managerlöhne andererseits über lange Zeit die Schlagzeilen der Medien. Diese stark ereignisgetriebene Wirtschaftsberichterstattung mit Fokus auf singuläre Akteure (Unternehmen, CEOs) und Vorgänge machte für die Risiken einer durch derivative Finanzprodukte beherrschten globalen Finanzindustrie blind. Dementsprechend wurden die möglichen Folgen für die Stabilität wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen nicht annähernd richtig eingeschätzt. Erst nach dem Beinahezusammenbruch dieser Finanzindustrie wurden systemische Ursachen und Folgen problematisiert.
- Mit der dramatischen Verschärfung der Krise im Kontext von Lehman Brothers und UBS fand auch in den Medien ab Herbst 2008 eine starke Intensivierung der Berichterstattung statt. Jetzt nahmen auch die elektronischen Medien und die Boulevardpresse das Thema auf. Der so späten wie eruptiven Inflation der Krisenberichterstattung folgte eine noch raschere Deflation der Krisenthematisierung. Parallel zur Rückkehr der ersten Quartalserfolge von Grossbanken und dem Anziehen der Börsenwerte im Frühjahr 2009 trat die Krise zurück, obwohl die grundlegenden Probleme nicht gelöst waren bzw. sich neue schwerwiegende Probleme (drohende Staatsbankrotte, Schuldenkrise) ankündigten.
- Fazit: Die vor allem in den 1990er Jahren gewachsenen Wirtschaftsressorts\* wurden gerade nicht zu dem, was sie hätten werden müssen, nämlich publizistische Sphären der Auseinandersetzung über Probleme und Chancen der Wirtschaftsgesellschaft.
- Noch viel ausgeprägter als der politischen Berichterstattung ermangelt es der Wirtschaftsberichterstattung einer wissenschaftlichen Expertenkultur, die eine kritisch-distanzierte Beobachtung des Wirtschaftsgeschehens betreibt. Die herangezogene und reputierte ökonomische Expertise dient ebenfalls einer stark ereignis- und unternehmensorientierten Betrachtung, und die Wirtschaftsexperten im Journalismus sind grossmehrheitlich durch das neoklassische Paradigma geprägt.

### 1. Watchdog-Funktion der Medien

Kein anderes Kommunikationsereignis\* hat die nationale und internationale Medienöffentlichkeit in den vergangenen zwei Jahren so sehr dominiert wie die Finanz- und Wirtschaftskrise. Diese Kommunikationsverdichtung baute sich ab Mitte 2007 zunächst anläss-

lich einzelner Banken Krisen auf, bevor sie mit der Ausweitung auf die gesamte Finanzbranche und weitere Wirtschaftssektoren schliesslich ganze Volkswirtschaften erfasste und im Herbst 2008 mit dem Kollaps der US-Investmentbank Lehman Brothers einen ersten Höhepunkt erreichte.

Angesichts der tiefgreifenden Folgen der Finanzkrise für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft und dem Reputationsdebakel für den schweizerischen Finanzplatz und einst renommierte Wirtschaftsführer stellt sich die Frage: Hätte man das nicht alles früher und besser wissen müssen? In Krisenperioden bzw. nach dem Platzen von Wirtschaftsblasen wird regelmässig die Frage nach der Frühwarnfunktion der Medien in Bezug auf unerwünschte Entwicklungen im ökonomischen System gestellt. Das heisst, es stellt sich die Frage nach der seismografischen Qualität des medienöffentlichen Diskurses, die sich – analog dem Erdbebenseismografen – danach bemisst, inwieweit die Medienöffentlichkeit in der Lage ist, bevorstehende Beben frühzeitig anzuzeigen und in ihren Konsequenzen adäquat einzuordnen.

Diese Frage zu reflektieren ist wichtig, denn Medienqualität\* ist unabdingbar mit der demokratischen Qualität einer sich selbst regulierenden Gesellschaft verknüpft. So ermöglicht uns nur die medienvermittelte öffentliche Kommunikation\* die Wahrnehmung und Diskussion der allgemein zu lösenden Probleme. Den Medien kommt eine seismografische Funktion insbesondere auch im Bereich der Wirtschaft zu, die zum Ziel hat, Probleme von zu schwach regulierten Märkten und von Blasenbildungen frühzeitig zu erkennen und auf Fehlentwicklungen hinzuweisen. In Bezug auf die aktuelle Krise lassen sich für die Qualität der Wirtschaftsberichterstattung folgende zentrale Fragen stellen:

- Haben die Medien ihre Frühwarnfunktion im Vorfeld der Krise erfüllt? Wurde genügend früh auf die Blasenbildung im US-Immobilienmarkt hingewiesen?
- Zeugt die Medienberichterstattung über die Finanzunternehmen von ausreichender kritischer Distanz? Wird der wirtschaftliche Erfolg der Unternehmen auch im Hinblick auf unerwünschte Folgen reflektiert oder geben die Medien einfach wieder, was von den PR-Abteilungen der Unternehmen ins Mediensystem eingespielen wird?
- Wurden die Konsequenzen der Blasenbildung richtig eingeschätzt? Hat man insbesondere die Reichweite der Krise bis hin zu den systemgefährdenden Folgen rechtzeitig erkannt?
- War die Berichterstattung während der Krise nachhaltig und reflektiert? Ging sie über eine episodische

und punktuelle Darstellung von Ereignissen hinaus, d.h. war sie dadurch gekennzeichnet, Ursache-Wirkungs-Beziehungen aufzuzeigen und die Rezipienten mit Hintergründen zu versorgen, so dass ein vertieftes Verständnis ermöglicht wurde?

### Methode und Quellenbasis

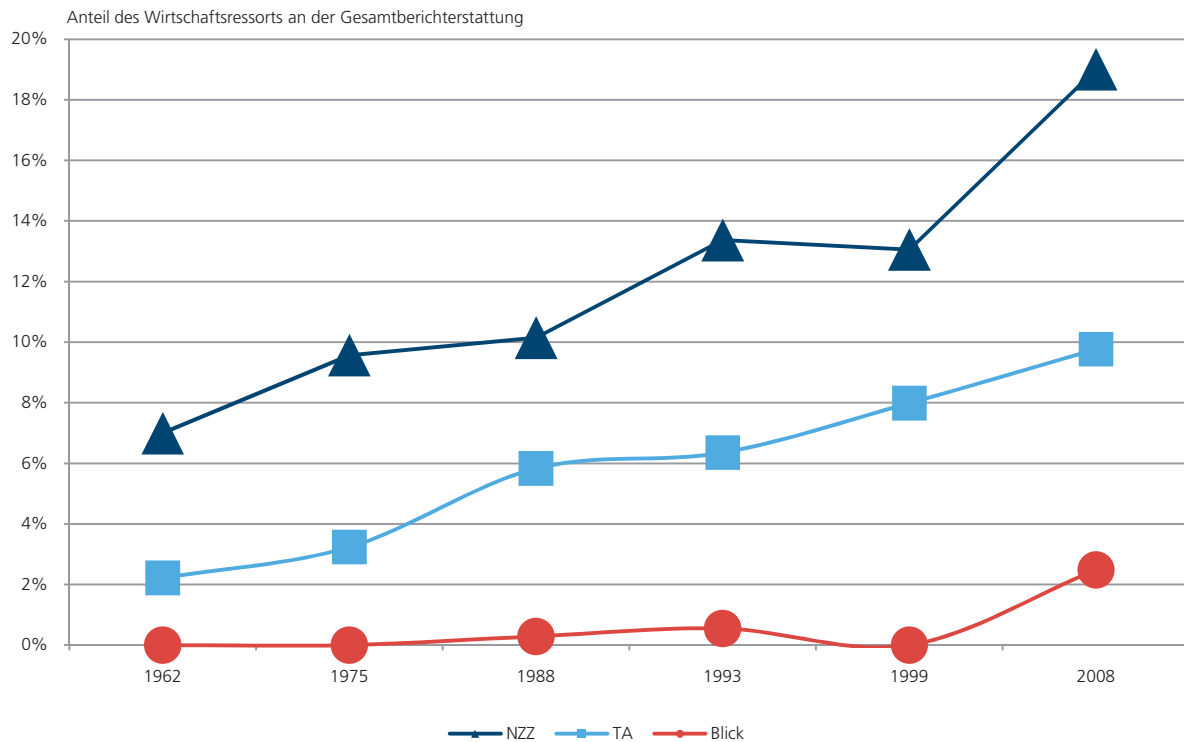
Die Untersuchung basiert auf einer Inhaltsanalyse von nationalen und internationalen Medien:

– Für die Untersuchung der langfristigen Entwicklung (Abs. 2) wurde die Wirtschaftsberichterstattung in den Abonnementszeitungen *NZZ* und *Tages-Anzeiger* sowie in der Boulevardzeitung *Blick* in den Jahren 1962, 1975, 1988, 1993, 1999 und 2008 (repräsentative Stichproben) untersucht. Dabei wurden auch frühere Wirtschaftskrisen berücksichtigt, um den Wandel der Krisenthematisierung nachzeichnen zu können. Neben dem Anteil der Wirtschaftsartikel am Gesamtumfang der Zeitungen war insbesondere von Interesse, in welchem Ausmass, wie früh und wie nachhaltig die Medien ökonomische Entwicklungen auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene reflektieren. Diese so genannte Makro\*-Orientierung ist die wesentliche Voraussetzung seismografischer Kapazität der medienvermittelten Öffentlichkeit\*, die sich an der frühzeitigen Reflexion der Ursachen und Folgen von Ereignissen für die Gesamtgesellschaft bemisst.

– Die Analyse der nationalen Krisenberichterstattung (Abs. 3) basiert auf einer inhaltlichen Analyse der Krisenberichte in Schweizer Leitmedien (Presse: *NZZ*, *Tages-Anzeiger*, *Blick*; TV: Hauptausgabe der *Tagesschau*, *10vor10*; Radio: *Echo der Zeit*, *Rendez-vous*) in den Jahren 2005 bis 2009.

– Für den internationalen Vergleich der Krisenberichterstattung in der Schweiz und in den USA (Abs. 4) wurden alle Artikel mit Krisenbezug auf den Frontseiten\* der *NZZ* und der *New York Times* untersucht. Der Erhebungszeitraum spannt sich ebenfalls über die Jahre 2005 bis 2009. In den Artikeln wurden u.a. die geografischen Bezüge erfasst, um zu analysieren, inwieweit die Krisenberichterstattung auf Entwicklungen im Ausland Bezug nimmt, die für den eigenen Kontext Bedeutung erlangen können.

Zum Vergleich der Verläufe der erhobenen Mediendaten wurden die Entwicklungen vom Schweizer Aktienindex SMI und dem DJIA (Dow Jones Industrial Average) herangezogen.



**Darstellung 1: Umfang der Wirtschaftsberichterstattung – Entwicklung von 1962 bis 2008**

Die Darstellung zeigt die Entwicklung des Umfangs des Wirtschaftsressorts in zentralen Leitmedien, gemessen am gesamten publizistischen Umfang in den jeweiligen Pressetiteln. Datengrundlage bilden die Zeitungen *Neue Zürcher Zeitung*, *Tages-Anzeiger* und *Blick* für ausgewählte Jahre seit 1962.

Lesebeispiel: Im Zeitraum 1962–2008 hat sich bei der NZZ der Umfang des Wirtschaftsressorts von 7% auf 19% des Gesamtumfangs der Zeitung erhöht.

## 2. Langfristige Entwicklung der Wirtschaftsberichterstattung in den Schweizer Medien

Um die Wirtschaftsberichterstattung in der Finanzkrise verstehen zu können, muss man sich vorgängig mit ihrer langfristigen Entwicklung auseinandersetzen.

### Expansion der Wirtschaftsressorts

Eine Analyse der Abonnementszeitungen *NZZ*, *Tages-Anzeiger* und des Boulevardblatts *Blick* im Zeitraum 1962–2008 zeigt eine kontinuierliche Zunahme der Wirtschaftsberichterstattung. Alle analysierten Schweizer Zeitungen haben ihre Wirtschaftsberichterstattung in den letzten 50 Jahren deutlich ausgebaut (vgl. Darstellung 1). Im Zuge seiner eigenen Ökonomisierung entdeckt das Mediensystem also in verstärktem Mass den Themenkomplex Wirtschaft als auflagensteigerndes Berichterstattungsobjekt. Nicht

nur die traditionell wirtschaftsorientierte *NZZ*, auch der *Tages-Anzeiger* und das Boulevardmedium *Blick* geben der Wirtschaft mehr Raum, wenngleich mit deutlichen Unterschieden im Umfang. Das Krisenjahr 2008 bildet den vorläufigen quantitativen Höhepunkt dieser Entwicklung.

### Unternehmen und CEOs im Medienfokus – Grosse Bedeutung der Finanzbranche

Die Expansion der Wirtschaftsberichterstattung geht allerdings mit einer Verschiebung ihrer thematischen Gewichtung einher (vgl. Darstellung 2). Bis in die 1970er Jahre beschäftigte sich die Wirtschaftsberichterstattung zu einem sehr viel grösseren Ausmass mit Wirtschaftsvorgängen von gesamtgesellschaftlicher Bedeutung. Die Berichterstattung war gekennzeichnet durch eine Mischung aus Verlautbarungsjournalismus bedeutender Unternehmen einerseits sowie aus

Branchenbetrachtungen und der Reflexion volks- und exportwirtschaftlicher Zusammenhänge andererseits. Das heisst, die Wirtschaftsberichterstattung war das Produkt einer journalistischen Expertenkultur, die bedeutende Unternehmen, die Volks- und die Exportwirtschaft thematisierte. Damit konzentrierte sich die traditionelle Wirtschaftsberichterstattung vor allem auf die Makro- und Mesoebene (Wirtschaftssystem, Branchen, Unternehmen).

Seit den ausgehenden 1980er Jahren verschiebt sich dieser Fokus auf die Meso- und Mikroebene, also auf Unternehmen und Personen sowie auf einen Dienstleistungsjournalismus für gegenwärtige und künftige Shareholder. Die zunehmende Orientierung des Wirtschaftsjournalismus an Personen und singulären Unternehmensereignissen erklärt wesentlich den Verlust an seismografischer Qualität in der Wirtschaftsberichterstattung. Mit der zunehmenden Orientierung an Nachrichtenwerten\* und den unmittelbaren Informationsbedürfnissen von Medienkonsumenten mit Investitionsinteressen geraten komplexere Wirtschaftszusammenhänge aus dem Blickfeld, und zwar zugunsten einer Berichterstattung, die sich auf Performanz und Performanzerwartungen konzentriert und dadurch Teil dysfunktionaler Blasenbildungen wird. Diese Verschiebung von einer reflexiven Betrachtung der Ökonomie hin zur Promotion von Trends in der New Economy-Blase wurde in der zweiten Hälfte der 1990er Jahre drastisch.

Vergleichbar hierzu entwickelte sich die Medienresonanz der Finanzindustrie, deren zentrale Exponenten weit über ihre Bedeutung am Bruttosozialprodukt hinaus auf Kosten der Industrie Aufmerksamkeit fanden. Die Unternehmen des Werkplatzes, die in Bezug auf Wertschöpfung und Mitarbeiterzahl deutlich über dem Finanzplatz rangieren, erhalten hingegen viel weniger Resonanz. Die Auswahl der thematisierten Unternehmen und Branchen ist somit selektiv an Trends der Ertragserwartung orientiert und nicht an gesellschaftlicher Relevanz\*.

Insbesondere seit den 1990er Jahren hat in der Wirtschaftsberichterstattung eine Angleichung der Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken an jene der Politikberichterstattung stattgefunden. Die neuen, auf die Maximierung der Aufmerksamkeit der Medienkonsumenten ausgerichteten Medienlogiken konstruieren den Lauf der Dinge entlang spektakulärer

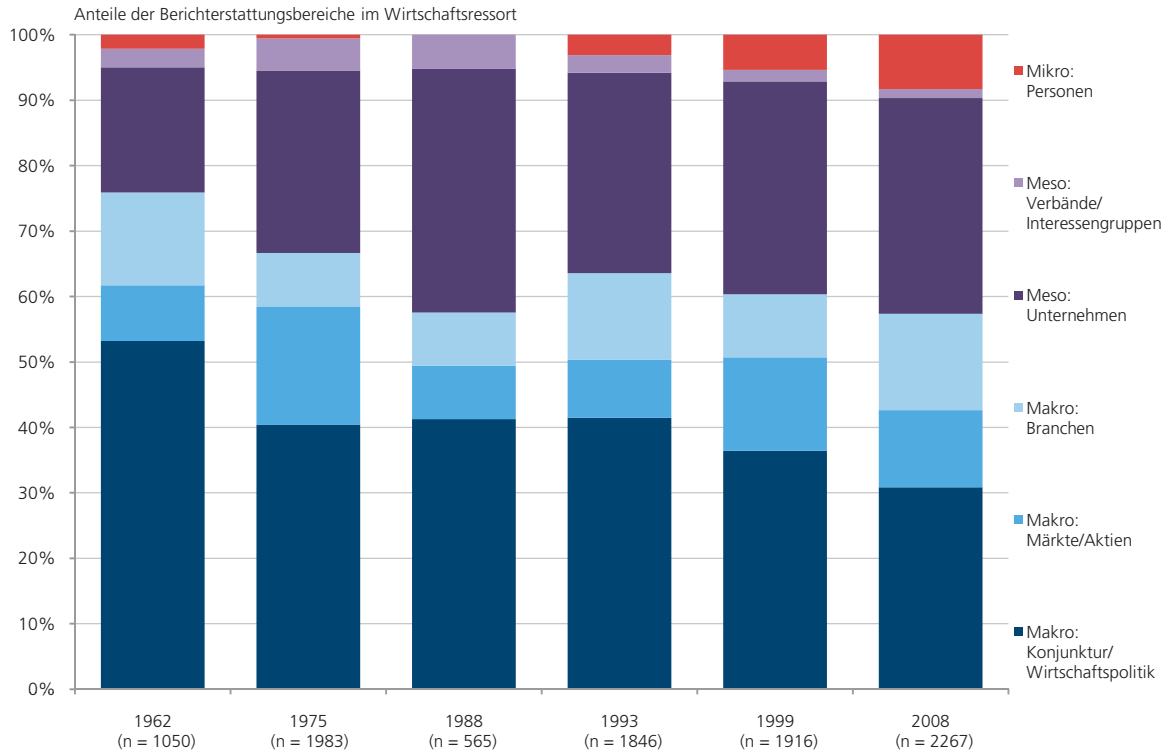
Ereignisketten und – wie die alte Geschichtsschreibung – als Produkt von Helden und Versagern, also als Ergebnis von Menschen und Taten und nicht von Verhältnissen, die die Menschen, ihre Taten und deren Wirkungen jenseits blosser Fähigkeits- und Charakterurteile verständlich machen. Hinter die Mikro- und Mesoebene\* der Performanzberichterstattung trat die Validierung volks- und weltwirtschaftlicher Entwicklungsdynamiken auch deshalb zurück, weil die Makrodimension\* der politischen und rechtlichen Regulation der Märkte zugunsten eines Glaubens an die automatische Selbstregulation zurückgetreten ist. Beides – die Performanzberichterstattung und die Vernachlässigung von Regulationsthemen – führte zu einer weitgehenden Gleichförmigkeit der Themenagenden in der Wirtschaftsberichterstattung und zum Verlust von Reflexionskapazität in Bezug auf ökonomische Entwicklungen auf der Makroebene (vgl. Darstellung 2). Die Wirtschaftsberichterstattung wurde ein Teil der Ökonomie und dadurch eine Berichterstattung der Volatilität der Märkte.

Die quantitative Bedeutungszunahme der Wirtschaftsberichterstattung und die qualitative Verschiebung ihrer Thematisierungsfokusse können auf drei Entwicklungen zurückgeführt werden:

Zum Ersten fand eine Entbettung der Medien aus ihren traditionellen sozialen Milieus und parteipolitischen Bindungen zugunsten eines primär ökonomisch orientierten Aufmerksamkeitswettbewerbs um den Medienkonsumenten statt. Diese Orientierung traf auf ein Publikum, bei dem sich der Aktienbesitz massiv ausdehnte. Zudem wurde durch spekulative Interessen die Haltedauer von Wertpapieren verkürzt. Dies begünstigte eine Wirtschaftsberichterstattung, deren analytische Kapazitäten auf Erwartungsbewirtschaftung fokussiert sind.

Zum Zweiten durchdrang das Paradigma der Deregulation und eines globalisierten Steuer- und Standortwettbewerbs die Wirtschaftsberichterstattung: Im Vertrauen auf die Selbstheilungskräfte und das Entdeckungsverfahren des Marktes trat die Reflexion über die diffizile Balance von Regulation und Deregulation, mithin über die Ordnungspolitik, ebenso in den Hintergrund wie die sozialmoralischen Grundlagen ökonomischen Handelns. Dies hat eine Wirtschaftsberichterstattung gefördert, die in wirtschaftspolitischer Hinsicht grossmehrheitlich einseitig neoklassi-



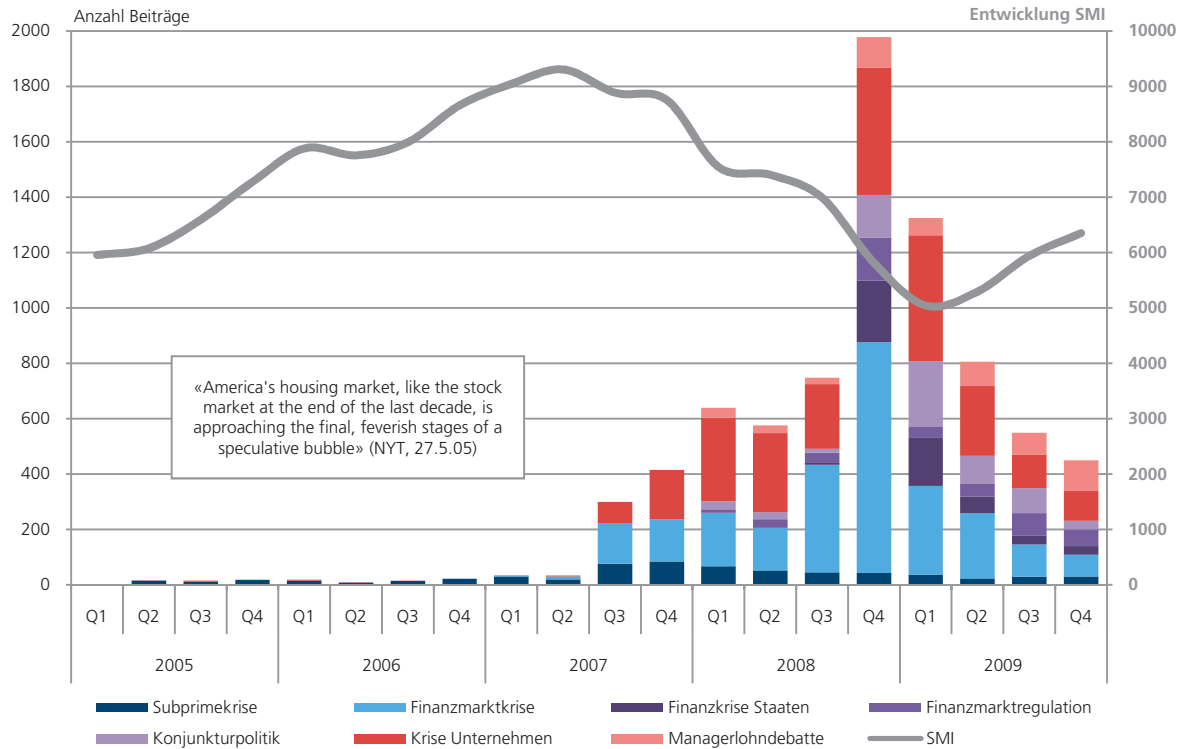


#### Darstellung 2: Thematisierung der Sozialebenen – Entwicklung von 1962 bis 2008

Die Darstellung zeigt die Entwicklung der fokussierten Sozialebenen in der Wirtschaftsberichterstattung zentraler Leitmedien in gestapelten Säulen. Die Thematisierungsfoki beziehen sich auf die Sozialebenen Makro, Meso und Mikro und bilden die nach Artikelgrösse gewichteten Resonanzanteile ab. Datengrundlage bilden die Zeitungen *Neue Zürcher Zeitung*, *Tages-Anzeiger* und *Blick* für ausgewählte Jahre seit 1962 (n = 10 627). Lesebeispiel: 33% der Wirtschaftsartikel im Jahr 2008 haben zentral ein Unternehmen im Fokus.

sche bzw. neoliberale Rezepturen hervorhob und vor allem erwartungsträchtige und -enttäuschende singuläre Unternehmen und ihre Exponenten ins Blickfeld rückte. Auf diese erhöhte personalisierte Aufmerksamkeit reagierten die Unternehmen ihrerseits mit einer Bedeutungssteigerung von PR-Strategien, die auf das Mittel der Personalisierung\* setzen. Die Personalisierungstendenz der Medien wurde so durch eine parallele Personalisierung der Unternehmens-PR verstärkt. Zum Dritten entbehrte der Wirtschaftsjournalismus weit stärker einer kritischen wissenschaftlichen Expertenkultur als etwa der politische Journalismus. In den wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten setzte sich das neoklassische Paradigma fast hegemonial durch, wodurch sich das kritische Reflexionspotenzial einer wissenschaftlichen Expertenkultur, die eine moderne Wissensgesellschaft benötigt, entwertete.

In Bezug auf die Qualität der Berichterstattung kann Folgendes festgehalten werden: Die Medien bündeln ihre Aufmerksamkeit im Vorfeld der Krise auf Personen und Unternehmen, vorab und weit über ihre Bedeutung am Bruttosozialprodukt hinaus auf Unternehmen der Finanzindustrie. Die Auslöser der Krise – die diversifizierten Grossbanken – standen demnach unter medialer Dauerbeobachtung. Trotz der einschlägigen Erfahrungen mit derivativen Produkten, schwach regulierten Märkten, den Folgen der Interessenbindungen der Ratingagenturen und den «vested interests» der Analystengemeinden aus der dot.com-Krise wurde die *grundsätzliche* Mutation des traditionsreichen Dienstleistungsgewerbes Banken zu einer hoch spekulativen Finanzindustrie journalistisch kaum begleitet. Auf dieser Basis gelang es ebenso wenig, die Folgen der Subprimekrise frühzeitig anzumahlen und für Wirtschaft



**Darstellung 3: Finanzmarktkrise – Thematisierungsdynamik von 2005 bis 2009**

Die Darstellung zeigt in gestapelten Säulen die Entwicklung der Medienberichterstattung zur Finanzmarktkrise in zentralen Leitmedien (*Neue Zürcher Zeitung, Tages-Anzeiger, Blick, Tagesschau, 10vor10, Echo der Zeit, Rendez-vous*) der Schweiz im Zeitraum 2005 bis 2009. Sie basiert auf den Beiträgen zu Kommunikationsereignissen der Schweizer Medienarena\*, die mit der Krise in direkter Verbindung stehen (n = 7244). Die Kurve zeigt die Entwicklung des SMI (Swiss Market Index) über die Zeit (Durchschnittswerte für die einzelnen Quartale).

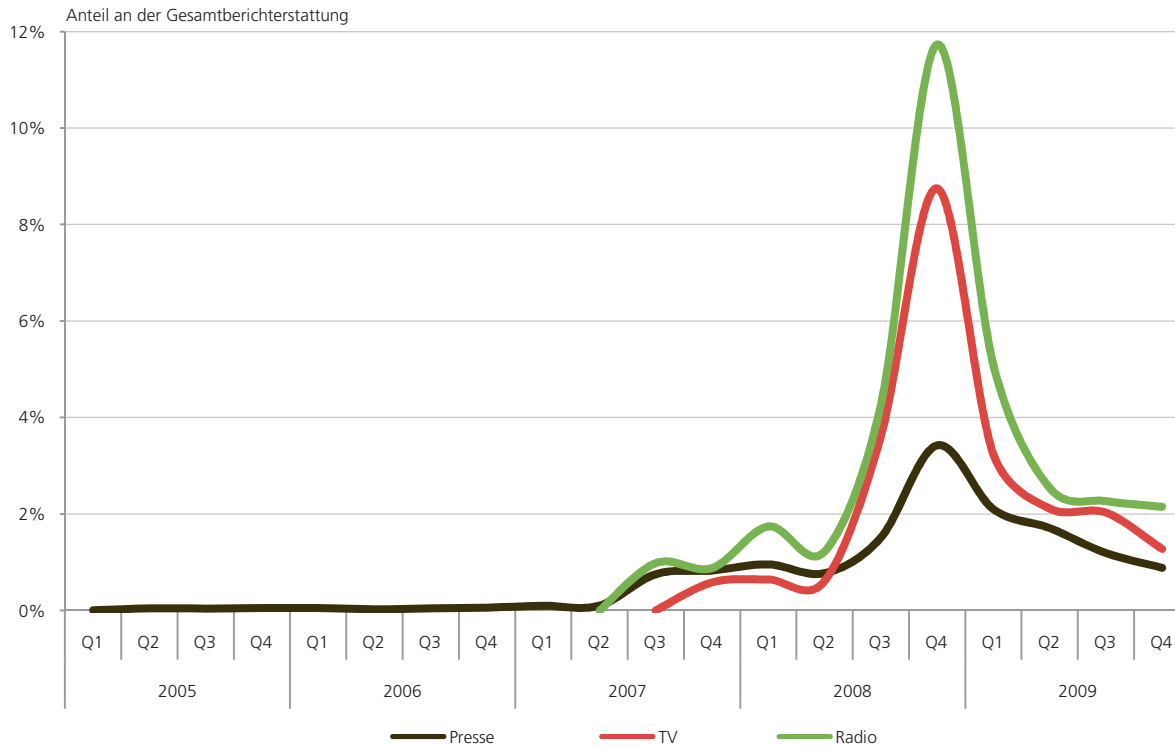
Lesebeispiel: Die Inflation der Berichterstattungsintensität zur Finanzmarktkrise ab dem dritten Quartal 2007 geht einher mit einer kontinuierlichen Abnahme des SMI. Mit der Deflation der Berichterstattungsintensität erfolgt eine (um ein Quartal verzögerte) Erholung des SMI.

und Gesellschaft adäquat einzuordnen, wie eine vorausschauende Debatte über das Bankgeheimnis zu führen. Beides, die fundamentale Krise der Finanzbranche und die Erosion des Bankgeheimnisses, brach wie ein Naturereignis über die Wirtschaftsberichterstattung herein.

### 3. Medienberichterstattung im Kontext der Wirtschaftskrise

Entsprechend wurde die globale Wirtschaftskrise in den Schweizer Medien ausserordentlich spät, d.h. erst ab Frühling/Sommer 2007 stärker thematisiert. Erst nachdem in Grossbritannien und den USA die finanziellen Probleme und der Kollaps von Hypothekenbanken offenkundig werden, beginnen die Medien sich

intensiviert für die Vorgänge im US-Subprimemarkt und die Folgen für die Unternehmen der Finanzbranche zu interessieren (vgl. Darstellung 3). Diese Entwicklungen lassen beispielsweise den *Tages-Anzeiger* am 15. März 2007 die Frage stellen, ob die Krise weiterhin auf den Teilmarkt der Subprimehypotheken begrenzt bleibe oder sich auf angrenzende Bereiche der Finanzbranche ausdehnen könne. Das Schlüsselereignis zu dieser Intensivierung bildet das Hedge Fund-Debakel der Investmentbank Bear Stearns. In dieser Phase der Entwicklung konkretisieren sich die Risiken der Krise. Es werden nicht mehr nur lediglich die Vorgänge im Subprimesektor beschrieben und vor einem möglichen Platzen der Blase gewarnt, sondern es wird erstmalig auch konkret danach gefragt, mit



#### Darstellung 4: Finanzmarktkrise – Berichterstattungsdynamik differenziert nach Mediengattungen

Die Darstellung zeigt die Entwicklung der Medienberichterstattung zur Finanzmarktkrise in zentralen Leitmedien (*Neue Zürcher Zeitung, Tages-Anzeiger, Blick, Tagesschau, 10vor10, Echo der Zeit, Rendez-vous*) der Schweiz im Zeitraum 2005 bis 2009. Die Darstellung basiert auf allen Beiträgen, welche mit der Krise direkt in Verbindung stehen. Die Darstellung differenziert die einzelnen Mediengattungen Presse, TV und Radio (n = 7244).  
Lesebeispiel: Rund 9% der Artikel im Fernsehen widmen sich im 4. Quartal 2008 der Krise.

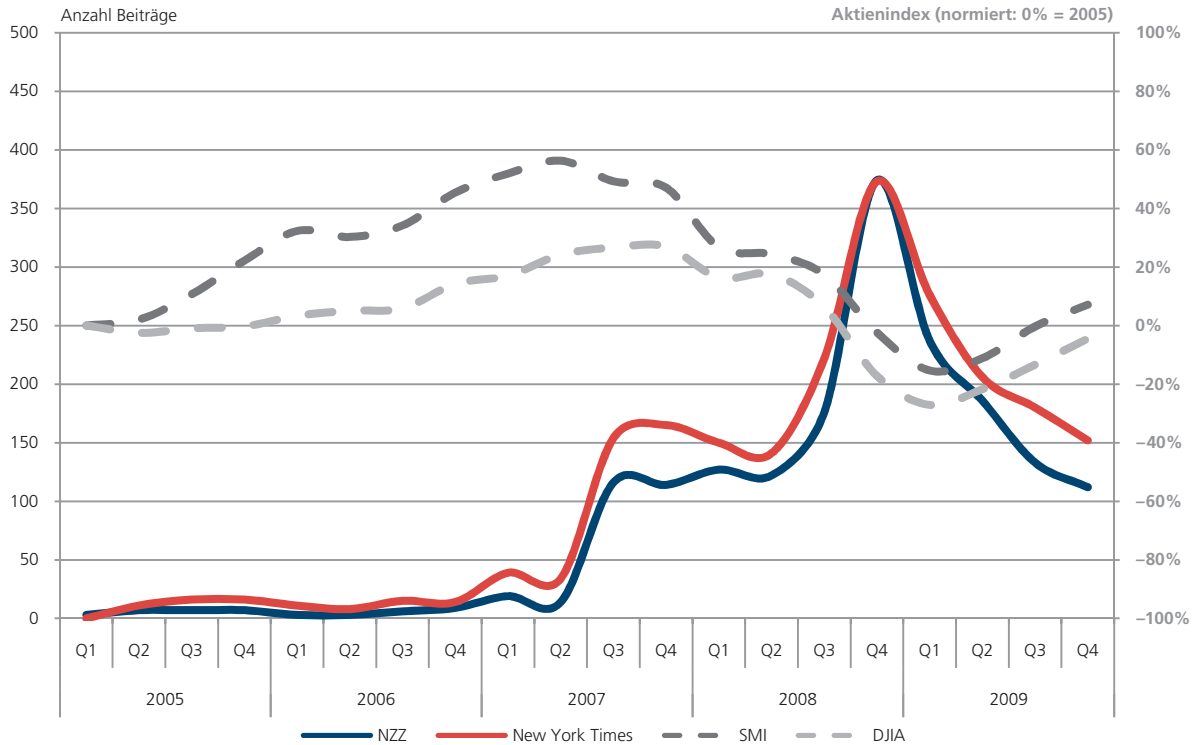
welchen Risiken die Banken sich in diesen Märkten konfrontiert sehen. Auffallend ist allerdings, dass selbst in Anbetracht dieser Kumulation von Unternehmenskrisen die systemgefährdenden Folgen für Wirtschaft und Gesellschaft insgesamt kaum reflektiert werden.

In all den Jahren vor der Bubble-Bildung findet keine warnende Berichterstattung statt. Zwar wurde in der *NZZ* bzw. der *NZZ am Sonntag* (z.B. *NZZ* vom 7. Juni 2005: «Gefährliche Bonanza am Immobilienmarkt») und auch in der *SonntagsZeitung* (SoZ vom 26. Juni 2005: «Platzt die Immobilienblase?») vor der Krise vereinzelt auf die Bubble-Bildung im US-Immobilienmarkt hingewiesen. Diese Interpretation blieb jedoch marginal. Zudem wurden mögliche Folgen nur mit Bezug auf den Immobilienmarkt reflektiert und

darüber hinausgehende Konsequenzen ausgeblendet. Namentlich die Folgen eines möglichen Platzens der Blase wurden nicht antizipiert. Es wurde zu diesem Zeitpunkt nicht in Ansätzen erkenntlich, welche Folgen die Entwicklung im US-Immobilienmarkt für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft haben könnte. Das trifft nicht nur für die Berichterstattung in den Schweizer Medien zu, sondern gilt auch für die Situation in Deutschland, den USA und Grossbritannien (vgl. dazu Arlt/Storz, 2010; Shechter, 2009; Starkman, 2009; Tambini, 2008).

#### Lehman Brothers und UBS als Schlüsselereignisse

Wurde die Krise anfänglich nur als eine Subprimekrise thematisiert, so weitet sich die Medienperspek-



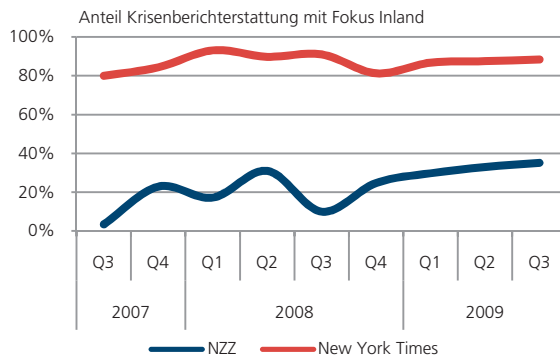
**Darstellung 5: Finanzmarktkrise – Thematisierungsdynamik und Aktienkursentwicklung von 2005 bis 2009 im Ländervergleich Schweiz – USA**

Die Darstellung zeigt die Entwicklung der Medienberichterstattung (*Neue Zürcher Zeitung*, *New York Times*) für die zentralen Krisen-Kommunikationsereignisse (KE) (Finanzmarktkrise, Immobilienbranche, Finanzmarktregulation, Managerlöhne) sowie die Entwicklung der nationalen Aktienindizes (SMI, DJIA) von 2005 bis 2009 im Ländervergleich Schweiz – USA. Datengrundlage der Medienberichterstattung bilden alle Beiträge zur Krise in den Zeitungen *Neue Zürcher Zeitung* und *New York Times* (n = 3958).

Lesbeispiel: Die Berichterstattung der NZZ und der NYT weisen ähnliche Berichterstattungsintensitäten auf. Im 4. Quartal 2008 publizieren beide Zeitungen über 350 Artikel zur Krise.

tive ereignisgetrieben durch die dramatische Lage zentraler Wallstreet-Banken bis in den Sommer 2008 auf eine Finanzkrise der Investment- und Universalbanken aus. Nach wie vor vermitteln die Medien in dieser Phase aber das Bild einer Krise, die in ihren Folgen überschaubar ist und auf spezifische Marktsegmente limitiert bleibt. Erst mit der dramatischen Verschärfung der Krise durch den Kollaps von Lehman Brothers und der staatlichen Unterstützung für die UBS verschiebt sich der Krisenfokus erstmalig in substantieller Weise auf die Makroebene. Die Finanzkrise entwickelt sich nun von einer Krise einzelner Unternehmen und Branchen zu einer umfassenden Weltwirtschaftskrise und schliesslich zu einer schwerwiegenden Schulden-

krise einzelner Nationalstaaten (Island, Ungarn, Griechenland). Erst zu diesem Zeitpunkt verbinden die Medien die Krise mit grundlegenden Systemrisiken. Es sind nicht mehr nur Risiken, die einzelne Unternehmen und Wirtschaftssektoren betreffen, sondern die Krise wird nun als ein Vorgang dargestellt, von dem gesamtgesellschaftliche Risiken mit schwerwiegenden Folgen ausgehen. Diese Erkenntnis entfacht eine Debatte über zukünftige Regulationen im Finanzsektor. Erst in dieser Eskalationsphase gehen auch die elektronischen Medien und die Boulevardpresse substantiell auf das Thema ein (vgl. Darstellung 4). In den elektronischen Medien und der Boulevardpresse findet die Krise nur während ihrer intensivsten Phase



**Darstellung 6: Finanzmarktkrise – Entwicklung der Krisenperspektive auf das Inland von 2007 bis 2009**

Die Darstellung zeigt den Anteil der Medienberichterstattung, der auf Vorgänge im Inland fokussiert für die zentralen Krisen-Kommunikationsereignisse (KE) (Finanzmarktkrise, Immobilienbranche, Finanzmarktregulation, Managerlöhne) vom dritten Quartal 2007 bis zum dritten Quartal 2009. Datengrundlage der Medienberichterstattung bilden Krisenartikel auf der Frontseite der Zeitungen *Neue Zürcher Zeitung* und *New York Times* (n = 1532).

Lesebeispiel: Im 3. Quartal 2007 fokussieren 80% der Artikel zur Krise in der *New York Times* Vorgänge im Inland.

statt. Beide Mediengattungen\* verdichten bloss die im Vergleich wesentlich nachhaltigere Wirtschaftsberichterstattung der Abonnementszeitungen in den dramatischsten Entwicklungsphasen.

Auf die späte und massive Kommunikationsverdichtung folgt allerdings schon rasch wieder die Beruhigung. Das heisst, auf die eruptive Inflation der Krisenthematisierung folgt eine noch raschere Deflation der Krisenberichterstattung. Parallel zur Rückkehr der ersten Quartalerfolge von Grossbanken und dem Anziehen der Börsenwerte im Frühjahr 2009 ist ein starker Rückgang der Krisenberichterstattung zu verzeichnen, obwohl die grundlegenden Probleme nicht gelöst sind und sich bereits die nächste tiefgreifende Problematik anbahnt – die Verschuldung ganzer Staaten namentlich in Europa.

#### 4. Internationale Perspektive der Krisenberichterstattung

Vergleicht man die Berichterstattung in der Schweiz mit derjenigen in den USA, wo die Krise ihren Anfang nahm, so fällt deren Gleichförmigkeit auf (vgl. Darstellung 5). Auch in der *New York Times* intensiviert sich die Krisenberichterstattung relativ spät, wenn auch etwas früher als in der Schweiz. Trotz vereinzelter war-

nender Stimmen (z.B. die Wirtschaftskolumnen von Paul Krugman) muss man auch in den USA von einem Versagen der Frühwarnfunktion sprechen.

Die Berichterstattung in der *New York Times* ist ebenso wenig nachhaltig wie die Thematisierung in den Schweizer Medien. Die Intensität der Berichterstattung geht zu Beginn des Jahres 2009 relativ schnell zurück. Auch im amerikanischen Kontext ist also nach einer verspäteten Krisenthematisierung ein rascher Thematisierungsrückgang zu beobachten. Sobald die Nachrichten über spektakuläre Unternehmenskollapse abebben, flacht auch das Medieninteresse ab.

Sowohl für die Schweiz als auch für die USA lässt sich schliesslich eine Nationalisierung der Berichterstattung parallel zum Krisenverlauf festhalten (vgl. Darstellung 6). Die untersuchten Medien beginnen mit zunehmender Krisenperzeption stärker über die Konsequenzen für das eigene Land zu berichten, dies aber auf unterschiedlichem Niveau. Während die Berichterstattung in der *New York Times* per se sehr stark inlanderorientiert ist, ist der Horizont der *NZZ* deutlich internationaler.

#### Fazit

Die Wirtschaftsberichterstattung war nicht in der Lage, die massiven Verwerfungen der aktuellen globalen Wirtschaftskrise reflexiv zu begleiten, geschweige denn rechtzeitig anzumahnen; und dies, obwohl die wesentlichen Systemrisiken seit der New Economy-Krise bereits bekannt waren. Die generelle Nachrichtenwertorientierung des Wirtschaftsjournalismus hat zur Folge, dass spektakuläre Einzelereignisse und Personenskandale zu Lasten der Validierung der Ursachen und Folgen komplexerer Wirtschaftsvorgänge aufgewertet werden.

#### Literatur

- Arlt, Hans-Jürgen/Storz, Wolfgang, 2010: *Wirtschaftsjournalismus in der Krise. Zum massenmedialen Umgang mit Finanzmarktpolitik*. Frankfurt/Main: Otto Brenner Stiftung.
- Shechter, Danny, 2009: *Credit crisis. How did we miss it?* S. 19–26, *British Journalism Review*, 20, 19.
- Starkman, Dean, 2009: *Power Problem*. *Columbia Journalism Review*, May/June.
- Tambini, Damian, 2008: *What is Financial Journalism for? Ethics and Responsibility in a Time of Crisis and Change*. London: POLIS, London School of Economics and Political Science.



Das Signet des 1488 gegründeten Druck- und Verlagshauses Schwabe reicht zurück in die Anfänge der Buchdruckerkunst und stammt aus dem Umkreis von Hans Holbein. Es ist die Druckermarke der Petri; sie illustriert die Bibelstelle Jeremia 23,29: «Ist nicht mein Wort wie Feuer, spricht der Herr, und wie ein Hammer, der Felsen zerschmettert?»

**((UG3 – Platzhalter / Werbung))**

**((UG4 – Platzhalter / Werbung))**