

18.12.2008 - 13:28 Uhr

FAZ hat Deutschlands beste Wirtschaftsredaktion

Frankfurt/Salzburg (ots) -

Heimlicher Sieger ist auch in diesem Jahr die "Börsen-Zeitung". Das beste Magazin ist der "Spiegel".

Frankfurt/Salzburg - Die "Frankfurter Allgemeine Zeitung" ("FAZ") hat auch 2008 Deutschlands beste Wirtschaftsredaktion. Platz 2 teilen sich "dpa" und "Handelsblatt". Bereits zum fünften Mal bewerteten die Sprecher der 300 wichtigsten Unternehmen für das Branchenmagazin "Wirtschaftsjournalist" die Wirtschaftsberichterstattung deutscher Medien.

Die "FAZ" verdankt ihre Ausnahmestellung vor allem der großen Bedeutung, die ihr in den Unternehmen zugemessen wird. Bei der Branchenrelevanz und der Aufmerksamkeit, die die Berichterstattung auslöst, lässt sie ihre Konkurrenten weit hinter sich. Im Online-Bereich hat es die "FAZ" dagegen bisher verpasst, mit ihrer starken Marke auch dort die Nummer eins zu werden. Spiegel Online ist im Netz für die Unternehmen klar Markt- und Meinungsführer.

Heimlicher Sieger ist auch in diesem Jahr die "Börsen-Zeitung". Das Team von Chefredakteur Claus Döring schlug den Sieger "FAZ" immerhin in den Kernkompetenzen "Sachliche Exaktheit" und "Fairness". Aufgrund der fehlenden Breitenwirkung reichte es dennoch am Ende nur zu Platz 5.

Bei den Magazinen liegt erneut die Wirtschaftsredaktion des "Spiegel" vor der "WirtschaftsWoche". Bei den Wochenzeitungen landete die "FAZ am Sonntag" vor der "Welt am Sonntag". Die Kategorie Regionalzeitungen gewinnt 2008 die "Stuttgarter Zeitung". Beim Fernsehen liegt in diesem Jahr das ZDF gleichauf mit der ARD auf dem Spitzenplatz. Reuters musste sich 2008 knapp von der dpa geschlagen geben. Bei den reinen Wirtschaftstageszeitungen lautet die Reihung "Handelsblatt" vor "Börsen-Zeitung" und "FTD".

Interessant ist auch ein Blick ans Ende der Kategorien. So überrascht es nicht, dass "brand eins" in den Augen der Pressesprecher nur wenig Branchenrelevanz und Aufmerksamkeit genießt. Erstaunlich ist dagegen, dass das Anlegermagazin "Focus-Money" in der Kategorie "Sachliche Exaktheit" noch hinter den Boulevardmedien auf dem letzten Platz landete. Ebenso überrascht die rote Laterne des "manager magazins" in der Kategorie "Fairness". Der Kommentar eines Sprechers liefert eine mögliche Erklärung: "Man sollte mal darauf eingehen, wie tendenziös das 'manager magazin' zum Teil berichtet. Jeder, der damit selbst einmal zu tun hatte, ist verblüfft, wie die Fakten dort teilweise gebogen werden. Warum wird das so wenig thematisiert?"

Generell kritisieren viele Stimmen,
dass die Qualität immer mehr abnimmt.
Eine Kritik an den Online-Medien: "Keine
Ahnung, keine Recherche - die Hauptsache:
sofort im Netz. Es ist erschreckend!" Zudem
verstärkte sich auch der Trend, bei allen Themen
"aufzubauschen" und Vorabmeldungen
hinterherzulaufen. "Ich wünsche den Journalisten
wieder mehr Zeit zum Nachdenken
und die Freiheit, nicht immer dem Trend
zum Skandalisieren nachgeben zu müssen",
schrieb ein PR-Verantwortlicher.

Der "Wirtschaftsjournalist" erscheint zweimonatlich in einer
Auflage von 6.000 Exemplaren in Deutschland, Österreich und in der
Schweiz. Chefredakteur ist Markus Wiegand. Verlegt wird das
Branchenmagazin im Medienfachverlag Oberauer. Die aktuelle Ausgabe
kann online unter www.wirtschaftsjournalist-online.de bestellt
werden.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Johann Oberauer, Tel. +43/664/2216643, eMail: johann.oberauer@com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100575397> abgerufen werden.