

29.08.2012 - 14:54 Uhr

Die wilde Achterbahnfahrt im Wirtschaftsjournalismus - 10 Jahre "Wirtschaftsjournalist"

Salzburg (ots) -

Wie geht es mit der FTD weiter? Wie schafft das "Handelsblatt" eine tragfähige Basis für die Zukunft? Bleibt den Wirtschaftsmagazinen genug Luft zum Leben? Was bringt Digital wirklich? Mehr Nutzen oder mehr Schaden?

Noch nie hatte der Wirtschaftsjournalismus eine so hohe Aufmerksamkeit und gleichzeitig eine so schmale wirtschaftliche Basis. Ein Widerspruch, den derzeit niemand auflösen kann. Auch nicht der aktuelle "Wirtschaftsjournalist", der mit der September-Ausgabe sein zehnjähriges Jubiläum feiert und die "wilde Achterbahnfahrt" in dieser Zeit in den Mittelpunkt stellt. Nach Jahren des Schweigens gesteht Michael Grabner im "Wirtschaftsjournalist"-Titelinterview über die Zukunft der Wirtschaftspresse: "Ich weiß es schlicht nicht. Definitiv sind die gemütlichen Zeiten vorbei". Auf keinen Fall kann sich die graue Eminenz im Reich von Dieter von Holtzbrinck eine Fusion von "Handelsblatt" und FTD vorstellen: "Kaufen und einstellen ist nun wirklich kein Konzept."

"Eine Reise nach Jerusalem" erwartet der Mediaexperte Thomas Koch im aktuellen "Wirtschaftsjournalist". Nach jeder Runde wird ein Stuhl weniger im Kreis stehen und der Platz für Wirtschaftsmedien wird immer enger, sagt Koch. Massiv kritisiert er die Online-Preispolitik der Verlage. "Das Problem ist, dass die Wirtschaftsmedien auch im Internet hochwertige Zielgruppen erreichen, aber nicht entsprechend hohe Tarife wie in Print dafür verlangen. Im Gegenteil: Sie verramschen ihre Werbepplätze geradezu", sagt Koch. Dabei wären höhere Preise für digitale Werbung durchsetzbar.

Neben den schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gibt Prof. Claudia Mast der Branche eine völlig andere Aufgabe mit auf den Weg: Wirtschaftsjournalisten sind zu kompliziert. Das ergab eine Studie, die Mast an der Uni Hohenheim zusammen mit der ING-DiBa gemacht hat. In der Jubiläumsausgabe des "Wirtschaftsjournalist" gibt Mast zehn Erkenntnisse weiter, die die Kluft zwischen Nutzern und Machern schließen könnten.

Der "Wirtschaftsjournalist" erscheint zweimonatlich in einer Auflage von 5.000 Exemplaren im Medienfachverlag Oberauer in dem zahlreiche weitere Branchenmedien für Journalisten in Deutschland, Österreich und in der Schweiz verlegt werden. Chefredakteur ist Markus Wiegand, der auch den "Schweizer Journalist" verantwortet. Gründungschefredakteurin ist Annette Milz, die das "Medium Magazin für Journalisten" im Verlag Oberauer als Chefredakteurin leitet. Gründungsherausgeber ist Prof. Volker Wolff.

Der aktuelle "Wirtschaftsjournalist" ist entweder direkt beim Verlag Oberauer (vertrieb@oberauer.com) zu bestellen oder als E-Paper im iKiosk der Axel Springer AG.

Kontakt:

Johann Oberauer, Tel. 0043 664 2216643, E-Mail:
johann.oberauer@oberauer.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005497/100723868> abgerufen werden.