

Brech, John

Article — Digitized Version

Über den Wandel der wirtschaftlichen Berichterstattung

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Brech, John (1958) : Über den Wandel der wirtschaftlichen Berichterstattung, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 38, Iss. 10, pp. 558-560

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/132703>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

der Anteil nichtsozialistischer Länder im Außenhandel Polens von Jahr zu Jahr. 1956 lag er bereits um 11,3% höher als im Vorjahr.

Diese Tendenz ist sehr zu begrüßen, bedeutet sie doch nichts anderes als einen Versuch zur Beseitigung der im vergangenen Jahrzehnt stattgefundenen Teilung des Weltmarktes in zwei Wirtschaftsblöcke. Aber nicht nur wirtschaftliche Aspekte muß man hier berücksichtigen: rege Handelsbeziehungen haben immer zur Verminderung politischer Spannungen geführt, und diese Nebenerscheinung, die praktisch eine größere Bedeutung besitzt als der Anlaß, der sie hervorrief, sollte wohl für alle sehr wünschenswert sein.

Die Gründung des sogenannten Europäischen Marktes ist ein neuer Faktor in der Wirtschaftspolitik Westeuropas. Hier vollzieht sich eine nicht unbeträchtliche Gleichgewichtsstörung der augenblicklichen Marktsituation, deren Folgen und Tendenzen noch nicht abzusehen sind. Die gleichmäßige Förderung des gesamten Welthandels sollte immer das Hauptziel aller Bemühungen bilden. Man hofft in Polen, daß dieses Ziel trotz aller Schwierigkeiten konsequent angestrebt wird. Abgesehen von vereinzelten Rückfällen kann wohl mit Recht behauptet werden, daß sich die Tendenzen einer größtmöglichen Ausbreitung des Welthandels verstärken. (P. M.)

Das Gefühl der sozialen Diskriminierung

Auch von einem Gegner des kapitalistisch-marktwirtschaftlichen Systems könnte heute nicht bestritten werden, daß die soziale Entwicklung im letzten halben Jahrhundert zu einer Anhebung des Lebensstandards gerade auch der werktätigen Schichten in den Industriestaaten geführt hat, die schlechthin unvorstellbar gewesen ist. Mag man nun dieses Ergebnis dem zähen Kampf der klassenbewußten Arbeiter zuschreiben oder mag es eine unabdingbare Folge der dem Kapitalismus immanenten Expansion sein, so muß man feststellen, daß trotz aller Nivellierung der Lebenshaltung sich in weiten Kreisen das Gefühl erhalten hat, einer bevorzugten oder benachteiligten Klasse anzugehören.

Dieses Gefühl der sozialen Diskriminierung ist zweifellos in den USA weniger ausgeprägt als in den europäischen Industriestaaten. Es ist nicht zu vermuten, daß selbst bei einer weiteren Steigerung des Lebensstandards, die mit einer Steigerung der Produktivität durchaus im Bereich der Möglichkeit liegt, dieses Gefühl der sozialen Diskriminierung schwindet. Es liegt nahe, anzunehmen, daß für die Einordnung in die soziale Hierarchie nicht der Lebensstandard als solcher entscheidend sein kann. Damit stellt sich die Frage, ob nicht vielleicht die Fundierung des Einkommens, d. h. der Besitz oder Mitbesitz an Produktionsmitteln, für die soziale Einordnung ausschlaggebender ist.

Die Experimente der sozialen Partnerschaft, d. h. der Mitbeteiligung des Arbeitnehmers an den Betriebsmitteln, stehen noch im Anfang. Aber die bisherige Entwicklung läßt nicht darauf schließen, daß irgendeine denkbare Form der Mitbeteiligung die Selbsteinschätzung des Arbeitnehmers grundlegend und nachhaltig ändern wird. Die Nachteile dieses Systems, das die Freizügigkeit in entscheidendem Maße mindert, sind schon hinreichend bekannt, wenn auch der gute Wille der Initiatoren nicht in Zweifel gezogen werden soll. Der Widerstand der Gewerkschaften gegen dieses System entspringt im Grunde genommen der Sorge, daß hiermit ein unechtes Gemeineigentum geschaffen wird, das sich einer Vergesellschaftung entziehen will. Andererseits sind die Grenzen einer Sozialisierung auch von den Gewerkschaften erkannt worden, und es dürfte selbst einem orthodoxen Marxisten heute schwer fallen, von der Vergesellschaftung der Produktionsmittel zu erwarten, daß sich das Selbstgefühl der Arbeitnehmer erhöhe.

Das Selbstgefühl, das die soziale Diskriminierung durchbrechen kann, liegt aber nicht im wirtschaftlichen Bereich begründet. Vielleicht hat gerade der Klassenkampf selbst die größte Schuld daran, daß die soziale Hierarchie sich so stark im Individuum eingepreßt hat. Dieses selbstverständliche Gefühl, daß ein Mensch ein Mensch bleibt, daß kein Mensch einen anderen ausbeuten kann, ist hierbei erstickt worden. Es läge im Interesse der sozialen Struktur, dieses Gefühl wieder zu beleben. (sk)

Wirtschaftsberichterstattung

Dr. John Brech, Köln

Über den Wandel der wirtschaftlichen Berichterstattung

Das Bedürfnis nach Wissen und Erkenntnis gehört zu den ureigensten Trieben im Kulturstreben der Menschen. Eng damit verwandt ist die Neigung, fremde Verhaltensweisen zu erfassen und mit eigener Substanz zu durchdringen. Jedes Wissen bedeutet Aneignung des bisher Unbekannten. Das Bedürfnis nach wirtschaftlicher Information stieg dementsprechend mit dem Anwachsen wirtschaftlicher Beziehungen über die Grenzen des Überschaubaren hinaus. Es ist kein Zufall, daß die ersten gewerbsmäßigen Nachrichtendienste im Zeitalter der Entdeckungen auftauchten und daß die Augsburger Fuggerzeitungen im 16. Jahrhundert bereits Handelsnachrichten aus allen Teilen der Welt, wo das Haus kommerzielle Niederlassungen besaß, veröffentlichten. Später, im 19. Jahrhundert mit der zunehmenden Industrialisierung und der gegenseitigen Verflechtung der Erd-

teile, wuchs die Berichterstattung über wirtschaftliche Tatbestände besonders dort, wo diese Verflechtung sich in großen, der ganzen Welt verbundenen Unternehmungen und besonderen organisatorischen Einrichtungen manifestierte, z. B. in London, den Zentren des Großhandels und der Banken und vor allem in den Seehafenstädten. Dabei standen zunächst zwei Bereiche des wirtschaftlichen Nachrichtenwesens im Vordergrund des Interesses: Börsenkurse und Weltmarktpreise. Der Kampf um größere Publizität sowie um die Klarheit und Überschaubarkeit wirtschaftlicher Tätigkeit verstummte nicht mehr, seit Zeitungen und Zeitschriften sich der Aufgabe systematischer Orientierung über wirtschaftliche Vorgänge zu unterziehen begannen. Der Leser verlangt seither von der Presse eine sachliche und kundige, unabhängige und schnelle Berichterstattung über das gesamte wirtschaftliche

Geschehen. Diesem Wunsch aber entspricht nicht weniger der Zwang auf seiten der Wirtschaft, den Kunden und Käufer zu unterrichten über das, was aus eigenem kommerziellen Interesse der Öffentlichkeit zu wissen dienlich sein soll.

Es ist freilich ein langer Weg von den vertraulichen Wochenberichten der Fugger an ihre Kunden bis zur „public relations“-Politik eines Großkonzerns mit seinen Pressekonferenzen. Das ganze Auf und Ab der neuzeitlichen Wirtschaftsentwicklung mit Krisen, Kriegen und allen Arten von Gewalttätigkeit steht dahinter. Im Anfang ist die Wirtschaftsnachricht ein Datum oder ein Fakt, wichtig für die Disposition oder Entscheidung in kommerziellen Obliegenheiten. Die Nachrichtengebung liegt meistens bei den Unternehmungen selbst, gleichgültig ob sie an der Erschließung ferner Länder oder an der Erzeugung von Gütern für einen anonymen Kunden interessiert sind. Nur ein Optimum an Wissen sichert den Erfolg im Absatz der Rohstoffe, und der schnellste Weg der Kommunikation gibt Vorteile gewinnbringenden Handelns. So sind zunächst Raum und Zeit mächtige Antriebsfaktoren in der Entwicklung des Nachrichtendienstes. Je mehr es der Technik gelingt, die Grenzen von Raum und Zeit zu überwinden, um so stärker greift auch die Wirtschaftsnachricht über ihren ursprünglich sehr spekulativen Raum hinaus und bezieht neue, ihr bisher fremde Gebiete ein in das Interessengebiet ihres Marktes. Es sind kaum 120 Jahre her, da taten noch Brieftauben den Dienst, den heute der Fernschreiber versieht, und das Monopol hanseatischer Handelshäuser in ihrem Kontakt mit fernen Inseln und Ländern hat sich längst in einen Nebelschleier von Kapitalbeziehungen konkurrierender Weltmächte aufgelöst. Raum und Zeit sind überbrückt, die Erdteile integriert, und was immer an irgendeiner Stelle in der Welt vorgeht, wird schnellstens bekannt, wenn auch der Wunsch nach Geheimhaltung in mehr als einem Sechstel der Welt zu den Maximen der Staatspolitik zu gehören pflegt.

Es ist klar, daß Aufgaben und Zielsetzung einer wirtschaftlichen Berichterstattung dort andere sein müssen, wo die Wirtschaft völlig dem staatspolitischen Gesamtplan einer Regierung unterstellt ist, wo weder das Erwerbsprinzip bei der Bedarfsdeckung noch der private Gewinn Triebkraft ökonomischen Handelns sein können. Dort gibt es keinen Markt für Wirtschaftsnachrichten. Die Wirtschaftsberichterstattung im Sinne einer allgemeinen und kritischen Unterrichtung der Öffentlichkeit stirbt ab. Sie ist allenfalls ein politisches Machtinstrument, dessen Funktion streng auf die Erfüllung und Förderung politischer und betriebstechnischer Aufgaben begrenzt wird. Die Nachricht ist dort Monopol des Staates wie einst die privilegierten Waren und Güter des Fürsten, die zu erwerben der Masse des Volkes verwehrt war.

Die Wirtschaftsberichterstattung in der Welt freier Meinungsbildung zeigt ein von Grund auf anderes Gesicht. Eine unermeßliche Flut von Nachrichten aus allen Gebieten des Wirtschaftslebens, Jahresberichte, Statistiken, Meldungen, Marktberichte, produktionstechnische Daten, stürzen täglich auf den Wirtschaftsredakteur ein. Seine Aufgabe ist, auszuwählen und gemäß der Leitlinie der Redaktionsführung ein der Sache entsprechendes Bild vom Wirtschaftsgeschehen zu geben.

OSRAM

- hell

wie

der

lichte

Tag



Der Trieb zum Massenkonsum und der Zwang der Wirtschaft, immer weitere Schichten für den Absatz ihrer Produkte zu erfassen, hat auch andere Publikationsträger in den Kreis wirtschaftlicher Nachrichtengebungen einbezogen. Es gibt eine Skala der Übermittlung wirtschaftlicher Fakten, die vom Charakter äußerster Seriosität in einer exklusiven Fachzeitschrift bis zum vulgären Wald- und Wiesenton eines Boulevard-Blattes reicht. Dabei soll keineswegs die Verbreitung wichtiger, die Masse ansprechender Wirtschaftsmeldungen in knapper und sachlich zutreffender Form diskreditiert werden. Es kommt wie überall auch hier auf den Zweck an, der verfolgt wird. Die naturgemäß für viele nichtsachkundige Leser schwierige Erfassung wirtschaftlicher Sachverhalte hat bei manchen Publikationsträgern einer Popularisierung der ökonomischen Probleme Vorschub geleistet, die zweifellos das Interesse an einer Vertiefung des wirtschaftlichen Wissens zu fördern geeignet ist.

Es sind also sehr mannigfaltige Motive, die mitgewirkt haben an den Wandlungen der wirtschaftlichen Berichterstattung. Dieser Wandel ist nicht nur ein rein quantitativer Vorgang. Er hat zugleich entsprechende Wesensunterschiede bei den Publikationsträgern durch eine sich stetig weiter aufspaltende Arbeitsteilung sichtbar gemacht. Der Markt der kaufbereiten Nachfragenden hat sich vervielfältigt, und das Angebot von Wirtschaftsnachrichten aller Art ist ins Unübersehbare gewachsen. Am wenigsten mag dies für die Wirtschaftsfachpresse gelten, soweit sie wirtschaftstheoretische Probleme behandelt und sich in erster Linie der Forschung verpflichtet fühlt. Das Schmoller'sche Jahrbuch besteht bereits mehr als sieben Jahrzehnte, und das Kieler Weltwirtschaftliche Archiv geht bald ins vierte Jahrzehnt. Ihr Charakter hat sich über den Wechsel der Zeiten hinaus erhalten können, weil solche Organe der Wirtschaftswissenschaft bestrebt sind, den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang im Lichte grundsätzlicher ökonomischer Erkenntnisse zu deuten. Sie sind daher auch keine eigentlichen Nachrichtenträger, wenn sie auch der wirtschaftlichen Berichterstattung auf der Ebene des höchsten Anspruchs dienen. Die Wirtschaftsnachricht im engeren Sinn ist an den Tag gebunden. Einzelnachrichten sind unumgänglich für die Dispositionen des Tages, aber sie versagen meistens beim Planen auf lange Sicht. Es scheint ein typisches Kennzeichen der wirtschaftlichen Berichterstattung in Deutschland zu sein, daß hier eine deutliche Tendenz von der ordnenden Nachrichtenzusammenfassung zur meinungsbildenden Kommentierung festzustellen ist. Ein Vergleich der alten „Frankfurter Zeitung“ aus den Jahren vor 1930 mit der heutigen „Frankfurter Allgemeinen“ mag dies als ein Beispiel unter vielen bestätigen. Aber auch die Fachzeitschriften geben Beweise für eine solche Feststellung. Ein Grundsatz der angelsächsischen Presse lautet: Nachrichten sollten frei von Kommentaren sein. Bei uns scheint sich der Sinn für die Wirtschaftsnachricht, die wirkliche Neuigkeit eines wirtschaftswichtigen Vorgangs, im Dust eines unmäßigen Publizitätsstrebens zu verlieren. Gute Nachrichten aus dem Bereich der Wirtschaft wollen ebenso wie eine anspruchsvolle Berichterstattung gepflegt sein.

Wir glauben damit einem der entscheidenden Gründe für die Wandlungen in der Wirtschaftsberichterstattung näher gekommen zu sein, nämlich dem Verhältnis von Wirtschaftsbetrachtern zu Wirtschaftstätigen.

Im Grunde kommt es auf das Vertrauen zwischen denjenigen an, die aufzuklären haben über wirtschaftliche Sachverhalte, und denen, die das vielgestaltige Wirken der deutschen Wirtschaft repräsentieren. Es gab einmal eine große Tradition in der deutschen Wirtschaftspublizistik. Berlin, Köln, Frankfurt und Hamburg waren Sitz weltbekanntester deutscher Zeitungen mit einem wirtschaftlichen Nachrichtendienst von vorbildlicher Qualität. Es gab noch keine organisierte „public relations“ und keine periodischen Pressekonferenzen. Und doch erfuhr die Öffentlichkeit damals weit mehr über die innere Substanz von Unternehmungen und über die Vorgänge in Ländern weitab unserer eigenen Grenzen. Der englische „Economist“ war noch kein politisches Organ, sondern eine reine Wirtschaftszeitschrift, streng ausgerichtet auf die Tatbestandsmerkmale einer staatsfreien liberalen Ökonomie, wie sie der Nation entsprach. Und die Kaufmannschaft in einer so weltaufgeschlossenen Stadt wie Hamburg gab freiwillig ihr Wissen und Nachrichtenmaterial an ein staatliches Institut zum Nutzen aller, die Außenhandel trieben, weil keine Regierung damals mit solchen Kenntnissen über die Fakten der Wirtschaft konkurrieren konnte.

Das freilich ist heute anders geworden. Die Welt ist überschaubarer als vor fünfzig Jahren. Die staatliche Verwaltung hat tief eingegriffen in den Prozeß der gesamten Reproduktion unserer Arbeit und beansprucht ihren wachsenden Anteil daran. Die Märkte sind durchleuchtet. Privatfirmen leisten zwar immer noch nützliche Arbeit in der Marktberichterstattung über ihre Branche. Dennoch sind die Mittel der Kontrolle und der Marktordnung erheblich größer als vor dreißig Jahren. So gibt es auch keine Spekulationen auf Grund von Nachrichtenprivilegien mehr.

Die soziale Integration wächst. Immer breitere Schichten werden Anteilseigner von Produktionsbetrieben und Unternehmungen. Das Bedürfnis nach Sicherheit verbindet sich, sofern es sich substantiiert, mit der Frage nach Stabilität des wirtschaftlichen Fundaments von Staat und Volk. Hier gilt es, den Nachrichtendienst zu intensivieren, von innen das wirtschaftliche Geschehen zu durchleuchten und den Millionen von Arbeitnehmern und Hausfrauen wirtschaftliche Entscheidungen zu erleichtern. Die speziellen Aufgaben der wirtschaftlichen Berichterstattung, z. B. die Konjunkturbeobachtung oder die Markt- und Meinungsforschung, stehen außerhalb dieser Fragestellung. Das Problem lautet hier Koordinierung der vorhandenen Institutionen, wie überhaupt durch sachgemäße regionale und fachliche Arbeitsteilung viel auf diesem Gebiet verbessert werden könnte. Die Vorteile gewerbsmäßiger Ausnutzung der hier gegebenen Möglichkeiten sollten allerdings im Bewußtsein einer Verantwortung genossen werden, die in jedem Fall vor der Öffentlichkeit bestehen kann. Mit dem Anwachsen der Konkurrenz im Zeitungsgewerbe steigt die Gefahr einer Vermischung der redaktionellen und verlegerischen Funktionen. Auf die scharfe Trennung von Text und Anzeige wurde in Deutschland besonders streng geachtet. Inzwischen ist dem Textredakteur im Kollegen der public relations-Büros ein wachsender und tüchtiger Konkurrent erwachsen. Anzeigentexte sind oft aufschlußreicher als Nachrichten und Kommentare im redaktionellen Teil. Um so dringender stellt sich das Problem des Nachwuchses und der Ausbildung von Redakteuren im Bereich einer sachkundigen und zeitnahen Wirtschaftspublizistik.