

Ulrich Viehöver
70435 Stuttgart

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Ausbilder, Coacher und Meinungsbildner! Sie geben unserem journalistischen Nachwuchs das Rüstzeug fürs Berufsleben. Als Mitstreiter für Qualität und Glaubwürdigkeit und durch ihre Erfahrung mit jungen Leuten wissen Sie, wie wertvoll Kenntnisse über Wirtschaft und Börsen, über Firmen und Märkte sind. Zahlreiche Themen berühren wirtschaftliche Aspekte. Ökonomisches Grundverständnis ist für Journalisten daher heute unverzichtbar. Es hilft, die Zusammenhänge einer global gestalteten Gesellschaft besser zu verstehen und zu vermitteln.

Ebenso wichtig wie „harte Fakten“, so meine ich, ist der Blick über den Tellerrand des Wirtschaftens hinaus. Neben sozialen Belangen gilt dies etwa ganz besonders für das Verhältnis Journalisten zur PR.

Denn alle verantwortungsvollen Journalisten beweisen ihre Distanz und Kritikfähigkeit durch ausgereiftes Sprachbewusstsein – übrigens, diverse suggestive Formulierungen wie diese sind auch ein wichtiges Thema im Ethik-Kapitel.

Meine Bitte an Sie! Nehmen Sie sich für meine Thesen zum Thema „Wirtschaft“ die zwei Minuten auf der nächsten Seite – für sich und Ihre Eleven.

Falls Sie interessiert sind, suchen Sie die Verbindung über E-Mail zu mir.

Meine E-Mail-Adresse lautet: ulrichviehoever@t-online.de
www.ulrichviehoever.de

Vielen Dank.

Ihr

Ulrich Viehöver

Nichts ist einfacher und ehrlicher, als über Geld zu reden – nur in vielen Medien nicht!

Deshalb frage ich mich:

Müssen Wirtschafts- und Finanzthemen in der Presse blutleer, hoch spezialisiert und daher für Laien meist unverständlich abgehandelt werden?

Meine Antwort: Nur, weil Journalisten den Kontakt zum Publikum verloren haben. Dabei gilt doch die eherne Regel: stets nah am Menschen, dicht am Thema bleiben – und mit Sprache bewusst umgehen, also auch Fachchinesisch kritisch reflektieren.

Warum fühlen sich zahlreiche Journalisten im inzüchtigen Experten-Getto vermeintlicher „Wirtschafts- und Finanzexperten“ noch immer wohl?

Meine Antwort: Nur, weil Journalisten das Ohr fürs Publikum verloren haben. Sonst würden nicht so viele für Informanten, Insider oder Eliten berichten. Dabei erwarten Leser, Hörer, Zuschauer von uns eine vorbehaltlose und distanzierte Schreibe.

Warum machen sich viele mit Politikern, Unternehmen, Verbänden, Behörden gemein?

Meine Antwort: Nur, weil Journalisten ihr Publikum verloren haben. Über Wirtschaft und Börsen, über Bilanzen oder Firmeninterna berichten heißt jedoch in erster Linie, auf Augenhöhe mit den handelnden Personen und der Macht zu bleiben.

Ungewohnte Töne für Wirtschafts- und Finanzteile?

Gewiss, aber sie sind bitter nötig, soll sich unser Publikum nicht länger im Stich gelassen fühlen. Was nützt Fach- und Expertenwissen, wenn uns unsere Rezipienten kaum noch folgen mögen und sie zunehmend ihr Vertrauen in (Wirtschafts)Journalisten verlieren.

Die Antwort auf diese kritischen Fragen kann nur lauten:

Zurück zum journalistischen Handwerk zugunsten einer souveränen und gediegenen Recherche. Dazu zählen natürlich der richtige ökonomische Ansatz sowie genügend Kenntnisse über das Firmen-Einmaleins (Personen, Bilanzen, Kennzahlen).

Fundiertes Wissen über Wirtschafts- und Finanzjournalismus, über ethische Fragen und Unternehmensrecherche nebst nützlichen Hilfestellungen (Checklisten) bietet der Leitfaden für den praktischen Journalismus von Ulrich Viehöver im UVK-Verlag – und das alles nicht nur für

Fachjournalisten, sondern für alle, die im Lokalen wie in der Politik, national wie international mit ökonomischen Fragen zu tun haben. Auch am Journalismus orientierte PR / Presseleute finden interessanten Stoff, etwa im Kapitel „Berufsethik und Sprachbewusstsein“.

Bibliografische Daten: Ulrich Viehöver
Ressort Wirtschaft, Praktischer Journalismus, Band 47
UVK Verlagsges. mbH, Konstanz 2003
(ISBN: 3-89669-338-7)

