



Hoffnungsschimmer am Himmel
Wirtschaft / 12



Arme Länder als Quelle für Wachstum
Wirtschaft / 13



Singapur macht es Firmengründern leicht
Wirtschaft / 20

NEWSMIX

Wirtschaftsexperten sind etwas optimistischer

ZÜRICH – Wirtschaftswissenschaftler sind etwas optimistischer für die Entwicklung der Schweizer Konjunktur als noch vor drei Monaten: Statt um 2,5 Prozent, wie im Juni vorausgesagt, dürfte die Wirtschaftsleistung im laufenden Jahr um 2,2 Prozent schrumpfen, besagt die neuste Expertenprognose. Auch die Prognose für 2010 ist besser: Die 26 Ökonomen erwarten neu ein Wachstum von 0,4 Prozent, wie aus Konsens-Prognose der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich (KOF) hervorgeht. Im Juni betrug der ermittelte Wert lediglich 0,1 Prozent. Für den Arbeitsmarkt bedeuten die besseren Zahlen aber keine Entspannung: Die Wissenschaftler gehen von 3,9 Prozent Arbeitslosigkeit im laufenden Jahr und 4,9 Prozent im kommenden Jahr aus, in beiden Fällen 0,1 Prozentpunkte mehr als in der letzten KOF-Umfrage. (sda)

Weltwirtschaft wächst laut IfW wieder

KIEL – Die globale Konjunktur steht nach Einschätzung des Kieler Instituts für Weltwirtschaft (IfW) vor einer moderaten Erholung. Angesichts einer internationalen Belebung, die in diesem Sommer begann, wird für das zweite Halbjahr 2009 sogar ein kräftiger Anstieg der weltweiten Produktion erwartet. Für 2009 rechnet das IfW neu mit einem Rückgang des weltweiten Bruttoinlandsprodukts um 1,2 Prozent. Bislang war ein Minus von 1,5 Prozent prognostiziert worden. 2010 sehen die Forscher ein Wachstum von 2,8 Prozent. Bisher waren 2,3 Prozent genannt worden. Auch für den Euroraum erhöhte das IfW seine Prognosen. Im Jahr 2009 dürfte der Euroraum demnach um 3,7 Prozent (bisher: 4,3 Prozent) schrumpfen. Für kommendes Jahr wird ein Wachstum von 0,8 (0,4) Prozent vorhergesagt. Am günstigsten stellt sich das Bild im Euroraum in Griechenland, Zypern und Malta dar, während Irland wegen seines stark getroffenen Bankensektors nach wie vor am schlechtesten dasteht. (sda)

Porsche bleibt weiter profitabelster Autobauer



STUTTGART – Porsche ist nach Angaben des neuen Vorstandsvorsitzenden Michael Macht trotz Absatz- und Umsatzrückgängen weiterhin der profitabelste Autobauer der Welt. «Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr zwar rund ein Viertel weniger Autos abgesetzt, werden aber aller Voraussicht nach mit einer zweistelligen operativen Rendite abschliessen», sagte Macht dem Magazin «Auto Motor und Sport». Das bedeute: «Porsche ist der profitabelste Automobilhersteller.» (ap)

Die Zeitung lebt – nur anders

Qualitätsmedien informieren Leser so, dass sie eine eigene Meinung bilden können



Giovanni di Lorenzo: Die Zukunft der Zeitung liegt im Qualitätsjournalismus, der glaubwürdig und unabhängig seiner Rolle als «vierter Gewalt» gerecht wird.

LUZERN – Wer will Agenturmeldungen am nächsten Tag noch gedruckt in Zeitungen lesen, wenn er sie bereits aus dem Netz kennt? Nicht Print oder Online ist jedoch die eigentliche Frage. Es geht um die Qualität des Journalismus.

• Kornelia Pfeiffer

Die ganze Erde steht gerade unter Streubomben-Dauerbeschuss. Da wurden «Kreditrisiken wie Streubomben rund um den Globus verstreut», wir sind «schockgefroren» in Anbetracht der «Wucht der Bombe, die die ganze Welt erschütterte». Für Online- wie Printmedien ist klar, dass «die Welt gerade den Abgrund ganz nah erahnt». Sogar ein Specht wird zum «fliegenden Fassadenkiller», weil er Löcher in Wärmedämmplatten hackt. In der journalistischen Sprache tritt der reale Krieg erst als drittgrösstes Übel der Welt auf – nach der Finanzkrise und dem Sprech, schreibt eine Kolumnistin in der Ausgabe 1/2009 der «Internationalen Zeitschrift für Journalismus».

Aus Angst vor dem Tod Selbstmord

Paniksenarien sollen Leser fangen und fesseln. Doch die sprachlichen Bilder erzeugen ihre eigene Wirklichkeit. Wir werden machtlos, rufen nach rettenden Helden. Das gilt nicht nur, wenn die Finanzkrise als Krankheit, Naturkatastrophe oder Verbrechen daherkommt. Das ist mit dem Bankensterben genauso wie mit dem Zeitungssterben, sagt Giovanni di Lorenzo, seit fünf Jahren Chefredakteur der deutschen Wochenzeitung «Die Zeit».

Kein Wunder, dass Leser ihr Abonnement kündigten und Online gehen, wenn Journalisten über Zeitungen nur noch Horrorszenerien verbreiteten. «Man kann auch aus Angst vor dem Tod Selbstmord begehen», hält die Lorenzo dagegen.

Beim Werkstattgespräch der Nidwaldener Kommunikations- und Medienmanagementfirma Akomag letzte Woche in Luzern machte er deutlich, wie sich die «Die Zeit» mit einem eigenen Profil dem aggressiven Kampf zwischen Online und Print widersetzt. Sie gehört zu den wenigen Zeitungen mit steigender Auflage. Kürzlich feierte sie mit über einer halben Million Exemplaren einen neuen Auflagenrekord. Die der Schweizer Ausgabe hat sich in einem Jahr auf 12 000 mehr als verdoppelt. Dabei mutet die Wochenzeitung ihren Lesern – entgegen dem Trend zu kurz und kürzer – lange Texte zu. Und auch die in Mode gekommenen Grossraumbüros sucht man bei der «Zeit» vergebens. Woche für Woche entstehen beinahe 90 Seiten Zeitung: mit eigenem Blick, Exklusivgeschichten, die das Netz so nicht liefern kann.

Verlust an Meinungen und Ansichten

Anderswo macht derweil die Angst vor dem Abholzen im Blätterwald die Runde. Selbst für die «New York Times» steht das Mennetkel an der Wand, das Flaggenschiff des Journalismus könnte das nächste Frühjahr nicht überleben. Die Lage der amerikanischen Zeitungen ist dramatisch, der Anzeigenmarkt stark eingebrochen. In Deutschland und der Schweiz werden die Blätter ebenso sichtbar dünner. Grund da-

für sind mangelnde Werbeeinnahmen als Folge der internationalen Finanzkrise. Vor wenigen Tagen erst endete in der Schweiz ein harter Verdrängungskampf: Tamedia stellt Mitte September das «Solothurner Tagblatt» ein, eine Regionalausgabe der «Berner Zeitung».

Zeitungsforscher sehen mit der Schliessung und Zusammenlegung von Redaktionen die Demokratie gefährdet. Denn damit einher geht ein Verlust von Meinungen und Ansichten. Journalistischer Einheitsbrei drohe und sei schon jetzt zu spüren. Mit dem Internet als gefürchteter Konkurrenz schlägt die Knappheit aber noch doppelt zu. Wer will denn warten, bis die Tageszeitung einen Artikel druckt, wenn er Informationen schnell und gezielt im Internet abrufen kann. Selbst die grossen Onlineportale aber lebten von den Printprodukten, erinnert der Chefredakteur der «Zeit». Das Onlinegewerbe ist also auf Zeitungen und deren Reporter angewiesen.

Es geht um Erklärung und Durchblick

Für di Lorenzo geht es deshalb auch nicht um ein Entweder-oder. Nicht mehr Unterhaltung, Mode, Schöner Essen oder Sex und «Crime» oder Boulevard hält er jedoch für ein Erfolgsrezept. Panikmache und Skandale, um Emotionen zu schüren, sieht er als gefährliche Daueraktion. Um die schere sich dann niemand mehr, wenn es darauf ankomme. Nicht Print oder Online sei die Frage, sondern guter oder schlechter Journalismus. «Der Menschenfänger» di Lorenzo – wie im Buch «Die Alpha-Journalisten» betitelt – sieht

die Zukunft der Zeitung im Qualitätsjournalismus, der glaubwürdig und unabhängig seiner Rolle als «vierter Gewalt» gerecht wird.

Erklärung, Durchblick, Einsicht, Orientierung sind gefragt. Das liefere weder eine Tageszeitung, wo alles immer schneller geht, und erst recht nicht das Internet, wo es im Minuten- oder Stundentakt abläuft. Qualitätszeitungen seien so gemacht, dass ihre Inhalte zwölf Stunden wie sieben Tage überstehen. Gerade in Krisenzeiten sehnten sich die Menschen nach Analysen und Hintergründen, unterstreicht di Lorenzo. Glaubwürdigkeit bedeute allerdings nicht, eine heile Welt vorzuspiegeln, sondern dem Leser Mittel in die Hand zu geben, damit er sich eine eigene Meinung bilden kann. Unabhängigkeit gegenüber Wirtschaft und Politik heisse loyal zu sein gegenüber dem Leser, nicht aber, ihm nach dem Mund zu reden. Spott und Häme gegen Politiker oder Banker sei genauso unangebracht.

Journalisten und ihre Zeitungen trügen Verantwortung für eine lebende und lebendige Demokratie: als Wachhunde gegenüber den Mächtigen. Qualitätsmedien müssten den endlosen Strom an Informationen eindämmen. «Die Zeitungen der Zukunft», sagt di Lorenzo, «sind nicht der Fluss, sondern das Ufer.» Und sie erklären die Folgen, wenn Nato-Bomben in Afghanistan Unschuldige treffen. Sie warnen frühzeitig vor der Verschärfung der Wirtschaftskrise, wenn Verbraucher die Rechnung ihrer Kreditkarten nicht mehr bezahlen. Und sie erzählen auch, wie die Nasa mit modernster Lasertechnik den Elfenbeinspecht sucht.