





Deutschlands beste Wirtschaftsredaktionen 2014

Für den „Wirtschaftsjournalisten“ haben PR-Profis die 50 wichtigsten Wirtschaftsredaktionen bewertet. Erstmals ist die „Börsen-Zeitung“ auf Platz eins. Die Wirtschaftsredaktion des „Sterns“ bekommt dagegen die schlechtesten Noten von allen.

Die „Börsen-Zeitung“ hat erstmals im Ranking der besten Wirtschaftsredaktionen den ersten Platz erobert. In der jährlichen Umfrage des „Wirtschaftsjournalisten“ unter Sprechern und Kommunikationsprofis bekam die Finanzzeitung eine Gesamtnote von durchschnittlich 1,77 (siehe nächste Doppelseite) und liegt damit hauchdünn vor Seriensieger „FAZ“. Insgesamt hatten Ende Juni 193 Teilnehmer die Leistungen von 50 Wirtschaftsredaktionen bewertet.

Aufsteiger

Neben Gewinner „Börsen-Zeitung“ auf Platz 1 (im Vorjahr Platz 4 von 50) fällt auf, dass die Anlegerzeitung in diesem Jahr im Urteil der Kommunikationsprofis besser als im Vorjahr abschneiden. „Börse online“ (Platz 24) legte fünf Plätze zu, „Der Aktionär“ (Platz 39) und „Focus Money“ (Platz 34) jeweils vier. Möglicherweise hat die gute Börsenkonjunktur bei den Bewertungen für eine kleine Bewegung nach oben gesorgt. Die „Sächsische Zeitung“ (Platz 36) und dpa-afx (Platz 10) verbesserten sich um vier Ränge.

Absteiger

Die meisten Positionen büßte das „Hamburger Abendblatt“ (Platz 37) mit acht Rängen ein. Aber auch das „Handelsblatt“ verlor sieben Plätze und belegt in der Liste der 50 Wirtschaftsredaktionen nur noch den 16. Rang. 2012 lag das Blatt noch auf dem sechsten Platz. Bei den Ergebnissen sticht heraus, dass das

„Handelsblatt“ am meisten polarisiert. Das zeigt sich an der Fülle der Kommentare, zudem hat das Blatt die höchste Streubreite der Noten. Der „Spiegel“ (Platz 17) verlor sechs Positionen, „Capital“ (Platz 32) vier, ebenso wie die „Rheinische Post“ (Platz 27). Ganz am Ende der Skala liegt der „Stern“ mit der durchschnittlichen Note 3,6.

Im Durchschnitt gaben die Befragten den Redaktionen die Note 2,71. Damit liegt das Urteil insgesamt etwa auf dem Vorjahrsniveau von 2,76. Auch wenn die befragten Kommunikationsprofis nicht mit Kritik an den Wirtschaftsredaktionen sparen und vor allem einen Trend zu sinkender Qualität monieren, ist die Zufriedenheit insgesamt groß. Gefragt nach den handwerklichen Fähigkeiten erzielen die 50 Wirtschaftstitel immerhin eine Note von 2,24. In der Kategorie „Fairness“ geben die Befragten den Redaktionen im Schnitt sogar die Note 2,23.

In einer Kategorie schließlich lag Seriensieger „FAZ“ doch vorn: 81,3 Prozent der Befragten sehen das Blatt als Pflichtlektüre, knapp vor dem „Handelsblatt“. Insgesamt gibt es rund 13 Titel, die immerhin von rund der Hälfte der Befragten regelmäßig konsumiert werden. Die Mehrheit der 37 anderen Titel dagegen leidet unter einem Aufmerksamkeitsdefizit. Für rund 80 Prozent der Befragten ist zum Beispiel der „Focus“ keine Pflichtlektüre, beim „Stern“ sind es sogar fast 88 Prozent.

Die Einzelwertungen im Überblick:

Die Wirtschaftszeitungen

Die „Börsen-Zeitung“ dominiert in den Einzelkategorien Handwerk und Fairness deutlich. Die Befragten schätzen die trockene, sachliche Aufbereitung in Abgrenzung zur Zuspitzung bei den Wettbewerbern. Einzig beim Einfluss (nur Platz 22 von 50) zeigt sich deutlich ein Defizit, weil das Blatt sehr klein ist. Wie klein, ist unbekannt, weil der Verlag keine Auflagenzahlen bekannt gibt.

Das „Handelsblatt“ dagegen ist bei den Wirtschaftszeitungen hinter den englischsprachigen Titeln „FT“ und „WSJ“, deren Qualität geschätzt wird, nur noch auf Platz 4 bei den Wirtschaftszeitungen. Darin, dass die PR-Profis eine Tendenz zur Zuspitzung erkennen und auch bei der Fairness (Platz 35 von 50) Defizite ausmachen, mag mancher vielleicht noch ein Qualitätsmerkmal sehen. Bedenklich für den größten Wirtschaftstitel in Deutschland sollte aber stimmen, dass das Blatt in der Kategorie Handwerk nur auf Platz 20 (von 50) liegt. Dazu beklagen ausgerechnet die PR-Profis eine übertriebene Kopplung zwischen Redaktion und Eventgeschäft. Auch Platz 8 in der Kategorie Einfluss dürfte für die Ansprüche in Düsseldorf zu wenig sein.

Wirtschaftsmagazine

„Brand eins“ und der „Economist“ liegen insgesamt vorn, Einfluss gesteht man aber weder den Deutschen (Platz 35 von 50) noch der englischen Weltmarke (Platz 24) zu. Die „Wirtschaftswoche“ dahinter schneidet solide ab.

193

DAS VERFAHREN

Kommunikationsprofis haben zwischen dem 24. und dem 28. Juni 2014 die Wirtschaftsredaktionen nach der Schulnotenskala bewertet.

Immerhin 56 Prozent der Befragten sehen den Titel als Pflichtlektüre und beim Einfluss reicht es für Rang 14. „Capital“ hat es auch mit neuem Konzept insgesamt auf Platz 32 schwer. Nur 15 Prozent lesen das Heft regelmäßig.

Ein interessanter Fall ist das „Manager Magazin“, das insgesamt nur auf Platz 34 rangiert und als unfairster Titel verurteilt wird. Dennoch lesen 48,7 Prozent das Heft und billigen ihm trotz des monatlichen Erscheinens einen großen Einfluss (Platz 13 von 50) zu.

Magazine

Ebenso wie den Kollegen des „Manager Magazins“ geht es dem „Spiegel“ als Nummer eins unter den Magazinen. 75,6 Prozent der PR-Profis lesen das Leitmedium und billigen ihm den zweitgrößten Einfluss von allen zu. Auch wenn „Stern“ und „Focus“ eine andere Positionierung haben, ist es bedenklich, dass beide Titel in der Qualitätsfrage so schlecht abschneiden. Der „Focus“ ist beim Handwerk gar auf dem letzten Platz (50 von 50), der „Stern“ nur kurz davor (Platz 48). Dazu kommt, dass beide in der Kategorie Einfluss nur im Mittelfeld landen und auch nicht als Pflichtlektüre wahrgenommen werden.

Zeitungen

Die „FAZ“ lässt in den Augen der Befragten leicht nach, erreicht aber immer noch in allen Kategorien Spitzenwerte. Gegenüber der „Börsen-Zeitung“ ist das Blatt aber absolute Pflichtlektüre mit großem Einfluss (Platz 3 von 50). Die Wettbewerber „SZ“ und „Welt“ schneiden solide ab, allerdings in ehrfurchtsvollem Abstand. Die „Bild“ schätzen die PR-Profis zwar nicht sonderlich, attestieren dem Springer-

Titel aber klar den größten Einfluss, vor allen anderen Rennommiertiteln.

Wochenzeitungen

Ganz ähnlich ist das Bild bei den Wochenzeitungen. Die „FAS“ dominiert deutlich in allen Wertungen. Sie ist für 56 Prozent Pflichtlektüre und hat klar den größten Einfluss am Sonntag (Platz 9 von 50). Die „Bild am Sonntag“ verteidigt in dieser Kategorie die Macht des Boulevards auf Platz 11.

Nachrichtenagenturen

Wie in den vergangenen Jahren schlägt Reuters insgesamt (Platz 3) nicht nur dpa (Platz 8), sondern auch alle anderen. Besonders starke Noten bekommt die Agentur handwerklich. Dpa dagegen wird auf dem deutschen Heimmarkt ein bisschen mehr Einfluss zugesprochen.

Radio/Fernsehen

Abgesehen vom Deutschlandfunk zweifeln die Befragten an der Qualität. Besonders ARD und ZDF werden als wirtschaftsfeindlich harsch kritisiert. Das war nicht immer so. Gegenüber 2012 haben beide eine klare Verschlechterung hinnehmen müssen. Die ARD rutschte von Platz 18 auf 25, das ZDF von 20 auf 29. Abgesehen von den Öffentlich-Rechtlichen trauen die Befragten weder dem durchaus geschätzten Deutschlandfunk (Platz 37)

noch n-tv (Platz 33) oder N24 (Platz 38) nennenswerten Einfluss zu.

Regionalzeitungen

Das „Hamburger Abendblatt“ büßt acht Plätze ein. Traditionell stark sind dagegen „Stuttgarter Zeitung“, „Tagesspiegel“ und „Rheinische Post“. Die Regionaltitel werden von den PR-Verantwortlichen allerdings nur in den jeweiligen Gebieten als Pflichtlektüre wahrgenommen, daher fehlt die nationale Strahlkraft.

Anleger- und Verbrauchertitel

Das Segment wird insgesamt besser bewertet. „Börse online“ macht unter dem neuen Verleger Frank Werner nach dem Ende der Zeit bei Gruner + Jahr einen Sprung nach vorn. Dennoch fehlt dem Segment aufgrund der Größe die Durchschlagskraft. In puncto Einfluss landen „Test“ und „Finanztest“ gerade mal als Beste auf Platz 28.

Mittelstandsmagazine

Den neuen Kurs von „Impulse“-Chef Nikolaus Förster nimmt man mit Wohlwollen zur Kenntnis. 2012 dümpelte der Titel noch auf Platz 40 (von 50) rum. Inzwischen ist er auf Platz 28. „Markt und Mittelstand“ und das „Wirtschaftsblatt“ behaupten sich. Insgesamt aber leidet das ganze Segment unter mangelndem Interesse der PR-Profis. Nur 8,8 Prozent lesen regelmäßig „Impulse“. WJ

Was die PR-Profis ärgert!

„Immer weniger Kompetenz“

„Wirtschaftspresse wird zunehmend zum Boulevard – immer weniger kompetente Redakteure – Argumente werden zunehmend ignoriert, wenn es der Geschichte entgegensteht, Ausnahmen: ‚Brand eins‘, ‚Börsen-Zeitung‘, ‚Zeit‘.“

„Mangel an Detailrecherche“

„Wir vermerken vermehrt einen Mangel an Detailrecherche. Häufig wird abgeschrieben, ohne Details vorab nochmals in Eigenrecherche abzuklären.“

„Kaum Entschuldigungen“

„Vor allem im Onlinebereich werden Sachen publiziert, um sich auf andere Kosten zu amüsieren, die aber nicht das ‚fit for print‘-Siegel haben. Warum machen die das? Weil sie's können ... Der Stil der öffentlichen Entschuldigung ist kaum ausgeprägt.“

„Boulevard können andere besser“

„Wirtschaftsjournalismus sollte den Anspruch haben, inhaltliche Themen in den Vordergrund zu stellen. Dieser Anspruch wird durch eine vermeintlich bessere Verkäuflichkeit über Zuspitzung, Boulevardisierung und Personalisierung ausgehöhlt. Boulevard können andere besser. Die Branche sägt damit am eigenen Ast.“

„Skandalisierung bei ARD/ZDF“

„Die Tendenz zu oberflächlicher Skandalisierung und vorgefertigten Meinungen steigt vor allem in öffentlich-rechtlichen Medien.“

„Zu viel Selbstbeschäftigung“

„Generelle Tendenz: Die Medien beschäftigen sich immer mehr mit sich selbst – es bleibt immer weniger Zeit für das Objekt der Berichterstattung. Der exklusive Fokus mancher Medien auf Berichterstattung über die Deutsche Bank nervt – wer liest das noch?“



Platz 1: „Börsen-Zeitung“

Claus Döring leitet die Finanzzeitung seit mehr als 14 Jahren.

Was PR-Profis lesen

Welche Medien konsumieren Sie regelmäßig und würden Sie als Pflichtlektüre bezeichnen?

Rang	Medium	in Prozent
1	Frankfurter Allgemeine Zeitung	81,3
2	Handelsblatt	80,3
3	Der Spiegel	75,6
4	Süddeutsche Zeitung	61,1
5	ARD	60,6
6	dpa	59,6
7	Wirtschaftswoche	56,0
7	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	56,0
9	Börsen-Zeitung	53,4
10	Reuters	51,3
10	ZDF	51,3
12	Manager Magazin	48,7
13	Bild	46,6
14	Die Zeit	35,2
14	Bloomberg	35,2
16	Financial Times	34,2
17	Welt am Sonntag	32,6
18	Die Welt	30,6
19	Brand eins	26,4
20	Dow Jones News	23,8
21	dpa-afx	22,8
22	Economist	20,7
22	Finanztest/Test	20,7
24	Focus	20,2
24	Deutschlandfunk	20,2

Rang	Medium	in Prozent
26	Rheinische Post	19,7
27	Wall Street Journal	18,7
28	n-tv	16,6
29	Stuttgarter Zeitung	16,1
30	Capital	15,0
31	Euro am Sonntag	11,9
32	Stern	11,4
33	Bild am Sonntag	10,9
33	Börse online	10,9
35	Westdeutsche Allgemeine Zeitung	10,4
36	Kölner Stadt-Anzeiger	9,8
36	Tagesspiegel	9,8
38	Focus Money	9,3
39	Impulse	8,8
40	N24	7,3
40	Hamburger Abendblatt	7,3
42	Euro	6,7
43	Tageszeitung	6,2
43	VDI Nachrichten	6,2
45	Markt und Mittelstand	3,6
46	Guter Rat	3,1
47	Deutsches Anleger Fernsehen	2,6
48	Wirtschaftsblatt	2,1
49	Der Aktionär	1,6
50	Sächsische Zeitung	1,0

Wie gut sind die Wirtschaftsredaktionen? Die Gesamtnoten

Rang	Vorjahr	Medium	Note
1	(4)	Börsen-Zeitung	1,77
2	(1)	Frankfurter Allgemeine Zeitung	1,78
3	(2)	Thomson Reuters	1,91
4	(3)	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	1,97
5	(6)	Brand eins	2,14
5	(6)	Bloomberg	2,14
7	(5)	Economist	2,15
8	(8)	dpa	2,16
9	(10)	Financial Times	2,17
10	(14)	dpa-afx	2,29
11	(13)	Dow Jones News	2,33
12	(11)	Wall Street Journal	2,34
12	(16)	Süddeutsche Zeitung	2,34
14	(15)	Die Zeit	2,39
15	(17)	Deutschlandfunk	2,42
16	(9)	Handelsblatt	2,45
17	(11)	Der Spiegel	2,49
18	(19)	Welt am Sonntag	2,58
19	(21)	Finanztest/Test	2,62
20	(18)	Wirtschaftswoche	2,63
20	(21)	Die Welt	2,63
22	(25)	Stuttgarter Zeitung	2,64
23	(21)	Tagesspiegel	2,68
24	(29)	Börse online	2,70
25	(24)	VDI Nachrichten	2,71

Rang	Vorjahr	Medium	Note
25	(26)	ARD	2,71
27	(23)	Rheinische Post	2,78
28	(31)	Impulse	2,81
29	(27)	ZDF	2,82
29	(33)	Euro am Sonntag	2,82
31	(32)	n-tv	2,90
32	(28)	Capital	2,91
33	(36)	Markt und Mittelstand	2,96
34	(34)	Manager Magazin	2,99
34	(38)	Focus Money	2,99
36	(40)	Sächsische Zeitung	3,02
37	(29)	Hamburger Abendblatt	3,05
37	(35)	Westdeutsche Allgemeine Zeitung	3,05
39	(43)	Der Aktionär	3,08
40	(37)	Kölner Stadt-Anzeiger	3,10
41	(41)	Wirtschaftsblatt	3,14
42	(39)	Euro	3,18
42	(46)	Guter Rat	3,18
44	(42)	N24	3,20
45	(44)	Deutsches Anleger Fernsehen	3,28
46	(47)	Bild	3,34
47	(44)	Focus	3,35
48	(48)	Tageszeitung	3,37
49	(50)	Bild am Sonntag	3,51
50	(49)	Stern	3,60

Frage: Wie gut ist die Wirtschaftspresse? Wie bewerten Sie die Leistung der einzelnen Wirtschaftsredaktionen insgesamt?

(Es gelten die Schulnoten: Note 1 = sehr gut, Note 6 = ungenügend)

Die „FTD“, dpa und die „Frankfurter Rundschau“ wurden 2013 ersetzt durch „VDI Nachrichten“, „Wirtschaftsblatt“ und Deutsches Anlegerfernsehen.

Platz
1 „Hier gibt es noch inhaltlichen Tiefgang.“ „Nüchtern und sachlich – Kompetenz statt nächstem ‚Scoop‘.“ „Ausgewogen und hintergründig, wenn auch ein wenig langweilig.“

„Börsen-Zeitung“

Platz
4 „Zu zeitlos und zu nutzwert-/verbraucherorientiert.“ „Erste Liga, präzise und sachkundig.“

„Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“

Platz
2 „Spürbar sinkende Qualität und Drang zur Schlagzeile. Schade!“ „Beste Wirtschaftsredaktion.“

„Frankfurter Allgemeine Zeitung“

Platz
8 „Immer noch umfangreichstes Angebot.“ „Qualität sehr abhängig vom zuständigen Reporter.“

dpa

Platz
12 „Ideologisch getrieben.“ „Sehr gute Kenntnisse.“

„Süddeutsche Zeitung“

Platz
16 „Handelsblatt entwickelt sich zur PR-Agentur mit angeschlossener Zeitung.“ „Weniger ‚reißerisch‘ würde die Fachkompetenz der Redakteure unterstreichen.“ „Zu marktschreierisch.“ „Tendenz zum Skandalisieren, grenzwertig: Zusammenarbeit mit Unternehmen.“ „Beste deutsche Wirtschaftszeitung.“ „Zu oft redaktionelle Verknüpfung mit Anzeigen- bzw. Eventgeschäft. Ungesunde Entwicklung.“ „Füllt derzeit smart jede Lücke. Qualität manchmal grenzwertig.“ „Nur reißerisch und polemisch ...“

„Handelsblatt“

Platz
17 „Wirtschaft wird beim ‚Spiegel‘ nur negativ bewertet.“ „Bewährte Tiefenrecherche, gut geschrieben.“

„Der Spiegel“

Platz
20 „Was soll man sagen: Hat mit seriösem Journalismus nix zu tun.“ „Kritisch, manchmal fast überkritisch, aber zumeist solide recherchierte Beiträge.“

„Wirtschaftswoche“

Platz
25 „Inzwischen nur noch auf Sensationen aus.“ „Versteht Wirtschaft nur als Feind der Verbraucher und Menschen.“

ARD

Platz
28 „Tolles Magazin unter Nikolaus Förster.“ „Unbedeutend geworden.“

„Impulse“

Platz
34 „Zu viel Personality-Blabla und Managerbashing.“ „War schon mal bissiger.“

„Manager Magazin“

Platz
47 „Wirtschaftsredaktion leider nicht gut besetzt.“ „Eher etwas oberflächlicher unterwegs.“

„Focus“

Platz
50 „Oberflächlich.“ „Nur an Skandalisierung interessiert.“ „Gibt es beim ‚Stern‘ Wirtschaftsberichterstattung?“

„Stern“

Wer ist handwerklich am besten?

Rang	Medium	Note
1	Börsen-Zeitung	1,36
2	Frankfurter Allgemeine Zeitung	1,59
3	Economist	1,64
4	Thomson Reuters	1,66
5	Financial Times	1,68
6	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	1,72
7	Brand eins	1,75
8	Die Zeit	1,89
8	dpa	1,89
10	Bloomberg	1,90
11	dpa-afx	1,91
12	Wall Street Journal	1,92
13	Dow Jones News	1,94
14	VDI Nachrichten	1,96
15	Der Spiegel	2,01
15	Süddeutsche Zeitung	2,01
17	Welt am Sonntag	2,10
17	Deutschlandfunk	2,10
17	Stuttgarter Zeitung	2,10
20	Handelsblatt	2,16
20	Die Welt	2,16
22	Börse online	2,20
23	Rheinische Post	2,29
23	Tagesspiegel	2,29
25	Wirtschaftswoche	2,31
25	Impulse	2,31
27	Capital	2,34
28	Finanztest/Test	2,36
29	Hamburger Abendblatt	2,37
29	Euro am Sonntag	2,37
31	Kölnischer Stadt-Anzeiger	2,42
32	Bild	2,43
32	Westdeutsche Allgemeine Zeitung	2,43
34	Euro	2,46
35	Guter Rat	2,49
36	ZDF	2,51
37	ARD	2,52
38	Sächsische Zeitung	2,53
39	Markt und Mittelstand	2,54
40	Bild am Sonntag	2,55
40	Der Aktionär	2,55
42	Manager Magazin	2,56
43	n-tv	2,60
43	Focus Money	2,60
43	Wirtschaftsblatt	2,60
46	N24	2,73
47	Deutsches Anleger Fernsehen	2,74
48	Stern	2,83
48	Tageszeitung	2,83
50	Focus	2,89

Wer hat den größten Einfluss?

Rang	Medium	Note
1	Bild	1,35
2	Der Spiegel	1,41
3	Frankfurter Allgemeine Zeitung	1,48
4	dpa	1,54
5	ARD	1,66
6	Thomson Reuters	1,69
7	ZDF	1,72
8	Handelsblatt	1,76
9	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	1,80
10	Süddeutsche Zeitung	1,81
11	Bild am Sonntag	1,84
12	Financial Times	1,90
13	Manager Magazin	2,03
14	Wirtschaftswoche	2,17
15	Wall Street Journal	2,20
15	Welt am Sonntag	2,20
17	dpa-afx	2,22
18	Die Welt	2,23
19	Bloomberg	2,26
20	Die Zeit	2,29
21	Dow Jones News	2,42
22	Börsen-Zeitung	2,51
23	Focus	2,52
24	Economist	2,63
25	Rheinische Post	2,66
26	Stern	2,67
27	Westdeutsche Allgemeine Zeitung	2,70
28	Finanztest/Test	2,74
29	Stuttgarter Zeitung	2,81
30	Tagesspiegel	2,83
31	Hamburger Abendblatt	2,92
32	Kölnischer Stadt-Anzeiger	2,99
33	n-tv	3,02
34	Capital	3,06
35	Brand eins	3,20
35	Sächsische Zeitung	3,20
37	Deutschlandfunk	3,25
38	N24	3,29
39	Tageszeitung	3,31
40	VDI Nachrichten	3,33
41	Euro am Sonntag	3,40
42	Focus Money	3,44
43	Börse online	3,45
44	Impulse	3,47
45	Euro	3,57
46	Der Aktionär	3,77
47	Markt und Mittelstand	3,82
48	Guter Rat	3,84
49	Wirtschaftsblatt	3,94
50	Deutsches Anleger Fernsehen	4,11

Wie gut beherrschen die Journalisten der Wirtschaftsredaktionen ihr Handwerk?
Welche Redaktionen arbeiten sorgfältig und sachlich exakt?
(Es gilt das Schulnotensystem: 1 = sehr gut, 6 = ungenügend)

Welche Aufmerksamkeit/Konsequenzen (positiv wie negativ) rufen Veröffentlichungen über Ihr Unternehmen und Ihre Branche in folgenden Medien in Deutschland hervor?
(Es gilt das Schulnotensystem: 1 = hohe Aufmerksamkeit, 6 = geringe Aufmerksamkeit)

Wer arbeitet fair?

Rang	Medium	Note
1	Börsen-Zeitung	1,36
2	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	1,69
2	dpa	1,69
4	Frankfurter Allgemeine Zeitung	1,71
5	VDI Nachrichten	1,73
5	Thomson Reuters	1,73
7	dpa-afx	1,78
8	Dow Jones News	1,84
9	Bloomberg	1,86
10	Die Zeit	1,87
11	Economist	1,94
12	Brand eins	1,95
13	Stuttgarter Zeitung	1,96
14	Welt am Sonntag	1,99
15	Financial Times	2,01
15	Deutschlandfunk	2,01
17	Süddeutsche Zeitung	2,07
18	Wall Street Journal	2,08
19	Die Welt	2,10
20	Euro am Sonntag	2,14
21	Tagesspiegel	2,16
22	Impulse	2,17
23	Euro	2,18
23	Börse online	2,18
25	Rheinische Post	2,20
25	Markt und Mittelstand	2,20
27	Kölner Stadt-Anzeiger	2,24
28	Capital	2,26
28	Westdeutsche Allgemeine Zeitung	2,26
30	Deutsches Anleger Fernsehen	2,29
30	Hamburger Abendblatt	2,29
32	Finanztest/Test	2,31
33	n-tv	2,32
34	Sächsische Zeitung	2,33
35	Handelsblatt	2,35
36	Focus Money	2,38
36	Guter Rat	2,38
36	Wirtschaftsblatt	2,38
39	Wirtschaftswoche	2,41
40	Der Aktionär	2,46
41	N24	2,56
42	Der Spiegel	2,58
43	Focus	2,68
44	ZDF	2,76
45	Bild am Sonntag	2,80
46	ARD	2,82
47	Tageszeitung	2,93
48	Stern	2,95
49	Bild	2,97
50	Manager Magazin	3,13

Welche Redaktionen halten sich an Absprachen (Sperrvermerke, Off-Record-Informationen)? Wo dient das Interesse der Journalisten der Sache? (Note 1 = sehr fair, Note 6 = völlig unfair)

Einzelwertungen

Wirtschaftszeitungen		Note	Wirtschaftsmagazine		Note
1	Börsen-Zeitung	1,77	1	Brand eins	2,14
2	Financial Times	2,17	2	Economist	2,15
3	Wall Street Journal	2,34	3	Wirtschaftswoche	2,63
4	Handelsblatt	2,45	4	Capital	2,91
			5	Manager Magazin	2,99
			6	Euro	3,18
Magazine		Note	Tageszeitungen (überreg.)		Note
1	Der Spiegel	2,49	1	FAZ	1,78
2	Focus	3,35	2	Süddeutsche Zeitung	2,34
3	Stern	3,60	3	Die Welt	2,63
			4	Bild	3,34
			5	Tageszeitung	3,37
Wochezeitungen		Note	Radio/Fernsehen		Note
1	FAS	1,97	1	Deutschlandfunk	2,42
2	Die Zeit	2,39	2	ARD	2,71
3	Welt am Sonntag	2,58	3	ZDF	2,82
4	VDI Nachrichten	2,71	4	n-tv	2,90
5	Bild am Sonntag	3,51	5	N24	3,20
			6	DAF	3,28
Nachrichtenagenturen		Note	Anleger-/Verbrauchertitel		Note
1	Reuters	1,91	1	Finanztest/Test	2,62
2	Bloomberg	2,14	2	Börse online	2,70
3	dpa	2,16	3	Euro am Sonntag	2,82
4	dpa-afx	2,29	4	Focus Money	2,99
5	Dow Jones News	2,33	5	Der Aktionär	3,08
			6	Guter Rat	3,18
Tageszeitungen (regional)		Note	Mittelstandsmagazine		Note
1	Stuttgarter Zeitung	2,64	1	Impulse	2,81
2	Tagesspiegel	2,68	2	Markt und Mittelstand	2,96
3	Rheinische Post	2,78	3	Wirtschaftsblatt	3,14
4	Sächsische Zeitung	3,02			
5	Hamburger Abendblatt	3,05			
5	WAZ	3,05			
7	Kölner Stadt-Anzeiger	3,10			

2,71

lautet die Durchschnittsnote aller Wirtschaftsmedien. Im Vorjahr war die Bewertung 2,76.