

# Die Medienberichterstattung der Finanz- und Wirtschaftskrise

Zum Wechselverhältnis zwischen Massenmedien und Ökonomie

Romana Brait

## Einleitung

Wer in den letzten Jahren versucht hat eine Tageszeitung aufzuschlagen ohne dabei auf das Wort *Krise* zu stoßen, musste vermutlich lange suchen. Spätestens seit dem 15. September 2008, als Lehman Brothers, vormals eine der weltweit größten Investmentbanken, Konkurs anmelden musste, ist die Wirtschafts- und Finanzkrise zu einem für Massenmedien relevanten Thema avanciert.

Im Zuge der Krise wurde vermehrt Kritik an der wirtschaftsjournalistischen Berichterstattung laut, wobei vor allem die fehlende Früherkennung und Warnung sowie eine unzusammenhängende, sensationsgetriebene Berichterstattung bemängelt wurden. Die mediale Berichterstattung hätte die Krise dadurch zum Teil auch verschärft. In dieser Kritik zeigt sich die ökonomische Dimension massenmedialen Handelns. Gleichzeitig unterliegt die mediale Informationsproduktion selbst ökonomischen Bedingungen und Mechanismen. Eine fundierte Analyse massenmedialer Berichterstattung muss daher die Funktionsweise des Mediensystems und ihrer Produktionsbedingungen betrachten.

Im Folgenden wird versucht die massenmediale Berichterstattung der Wirtschafts- und Finanzkrise im Kontext ihrer ökonomischen Produktionsbedingungen zu analysieren. Einerseits werden dafür die theoretischen Implikationen privatwirtschaftlich organisierter Informationsproduktion mittels der Theorie der Politischen Ökonomie der Medien dargestellt. Andererseits werden diese in Zusammenhang mit empirischen Untersuchungen zur medialen Berichterstattung über die Wirtschafts- und Finanzkrise gebracht. Im Fokus des Beitrags steht eine diskursanalytische Untersuchung des *The Economist* während des Konkurses von Lehman Brothers im Herbst 2008. Diese Perspektive wird durch Ergebnisse aus weiteren Medienuntersuchungen zur Krisenberichterstattung ergänzt. Dabei geht es einerseits darum inwiefern die Bedingungen medialer Informationsproduktion bestimmte Interpretationen und Sichtweisen auf die Finanz- und Wirtschaftskrise befördern oder marginalisieren. Andererseits stellt sich die Frage welche ökonomischen Implikationen sich aus den medial dominierenden Sichtweisen auf die Wirtschafts- und Finanzkrise ergeben?

## Massenmediale Informationsproduktion in der Politischen Ökonomie der Medien

Um die ökonomische Funktionsweise des privatwirtschaftlich organisierten Mediensektors verstehen zu können, braucht es eine Analyse der ökonomischen Spezifika des Gutes Information sowie der daraus folgenden Besonderheiten des Marktes für kulturelle Güter. Gleichzeitig erfordert das Verständnis der Wirkungsweise massenmedialer Berichterstattung auf die Ökonomie einen kulturökonomischen Zugang.

Die kulturelle Dimension spielt innerhalb der ökonomischen Disziplin meist eine untergeordnete Rolle. Wirtschaftliches Verhalten wird im neoklassischen Mainstream als

natürlich klassifiziert, wodurch kulturellen Einflussfaktoren bestenfalls eine nachrangige Erklärungskompetenz zukommt (Grisold 2004, S. 37–39). Die Abschottung der Ökonomie von kulturellen Aspekten führt jedoch nicht nur zu einer Entfremdung von Kultur- und Wirtschaftswissenschaften, sondern hat zur Folge, dass ökonomische Theorien zwar implizit kulturelle Konzepte beinhalten, die jedoch nicht als solche erkannt werden (Lears und van Scherpenberg 2004, S. 1–2). Ein Beispiel hierfür ist jene für die Mainstreamökonomie grundlegende Annahme rationaler, Nutzen maximierender AkteurInnen, die eigentlich ein spezifisches (utilitaristisches) Verständnis von Kultur bzw. kulturellem Handeln repräsentiert, jedoch als natürlich bedingtes Verhalten angesehen wird (Grisold 2004, S. 39).

Folglich wurde auch die Analyse der Informationsproduktion im Kontext massenmedialer Strukturen in der Ökonomie bislang nur wenig rezipiert. Besonders innerhalb der Neoklassik führt die mangelnde Quantifizierbarkeit des Gutes Information, dessen Wert nur relational gemessen werden kann (Babe 1995, S. 37–38) und dessen Inhalt sich den KonsumentInnen überhaupt erst nach dem Kauf erschließt, zu Widersprüchen im ökonomischen Theoriegebäude (Stiglitz 1985, S. 23). Die Bagatellisierung von Information in der neoklassischen Ökonomie versperrt den Blick auf die zentrale Rolle von Information in kommunikatorischen Prozessen, die als notwendiges Mittel um gegenwärtige und zukünftige Situationen verstehen zu können, wirtschaftliches Handeln erst ermöglicht (Hutter 2006, S. 27). In der Politischen Ökonomie hingegen, in deren Mittelpunkt die Analyse hegemonialer Gesellschaftsformen und der dahinter liegenden Produktionsverhältnisse steht (Grisold 2004, S. 138–139), wurden Analysekonzepte zur Erfassung des Zusammenspiels medialer und ökonomischer Mechanismen entwickelt, die für die Erklärung der massenmedialen Berichterstattung über die Finanzkrise herangezogen werden können.

Aus Sicht der Politischen Ökonomie sind Massenmedien Teil der Kulturindustrien, die durch die Bereitstellung kultureller Güter und Dienstleistungen auf Basis marktwirtschaftlicher Prinzipien charakterisiert sind (Garnham 1996, S. 78; Grisold 2004, S. 36). Indem sie jene symbolischen Ressourcen, die wesentlich für die kulturelle Produktion von Bedeutung sind, erschaffen, nehmen sie gesellschaftlich eine *Zwillingssrolle* (Grisold 2009, S. 151) ein: Massenmedien agieren auf Basis einer Gesellschaftsordnung, die sie selbst mitgestalten.

Um die Inhalte der massenmedialen Berichterstattung zur Finanzkrise verstehen zu können, ist es notwendig die Marktmechanismen zu kennen, die die Kulturindustrien prägen. Am Markt für kulturelle Güter ist der Gebrauchswert eines Produktes untrennbar damit verbunden, etwas Neues bzw. zumindest Anderes geschaffen zu haben (Garnham 1996, S. 78). Angebotsseitig bedeutet dies, dass jedes Kulturgut ein *Prototyp* (Grisold 2004, S. 133) ist, da sein Gebrauchswert untrennbar damit verbunden ist etwas Neues bzw. zumindest Anderes geschaffen zu haben (Garnham 1996, S. 78). Dadurch ist seine erstmalige Erstellung mit beträchtlichen Kosten verbunden, vergleicht man sie mit jenen Ausgaben, welche die Vervielfältigung oder auch die Distribution eines Kulturgutes verursachen. Dies führt zu einer Notwendigkeit der Reichweitenmaximierung, zumal den geringen Grenzkosten auf Distributionsebene hohe Grenzerträge gegenüber stehen. Auf der Ebene der Distribution kommt es daher zu oligo- und monopolistischen Unternehmenskonzentrationen (etwa der Bertelsmannkonzern, der u.a. das Verlagshaus Gruner & Jahr sowie die RTL-Group gehören) da kleine Firmen das unterschiedliche Angebot nicht bereitstellen können (Grisold 2009, S. 152–156). Für die Produktionsebene zeigt sich ein durchwachsendes Bild: zu den kleinsten Einheiten zählen etwa freischaffende JournalistIn-

nen, selbstständige KünstlerInnen oder Filmschaffende, jedoch gibt es etwa in den großen Medienunternehmen auch Produktionseinheiten wie etwa das Filmproduktionsunternehmen Universal Studios.

Nachfrageseitig weisen Kulturgüter eine hohe Elastizität auf und ihr Konsum zieht keinen direkten Verbrauch nach sich, denn jeder Film kann mehrmals angesehen, jeder Zeitungsartikel von vielen Personen gelesen werden (Garnham 1996, S. 81). Die Kulturindustrie begegnet diesem Spezifikum mit zwei unterschiedlichen Strategien: die Verknappung ihrer Produkte – z.B. gebührenpflichtige Fernsehsender – und/oder die Deckung der Produktionskosten über Werbeeinnahmen. Werbefinanzierung führt jedoch dazu, dass Medienunternehmen in erster Linie jene Informationen produzieren, die eine möglichst hohe Bepreisung der Werbung einbringen, wodurch die Informationsbedürfnisse der RezipientInnen zweitrangig werden. Zudem birgt Werbefinanzierung gewisse ökonomische Risiken in sich, da Werbeausgaben prozyklisch sind, das bedeutet in konjunkturschwachen Zeiten rückläufig werden (Grisold 2009, S. 170). Im Krisenjahr 2008 brach der Profit der Medieninhaltsindustrie um 130% ein, wodurch sie in die roten Zahlen abrutschte. Dabei waren jene Subsektoren, in denen Produkte direkt an KundInnen verkauft werden, weniger stark von Profiteinbußen betroffen, bzw. konnten teilweise sogar Profitsteigerungen verbuchen: konkret wurden bei 51% der betrachteten Informationskonzerne ein Profitrückgang, bei 49% eine Profitsteigerung festgestellt. Dies kann als Indiz für eine durch die Krise beförderte Konzentration im Mediensektor gewertet werden (Fuchs 2009, S. 168–169). Eine wachsende Anzahl von Medienprodukten, wie etwa Zeitungen oder Fernsehsender führt zu geringeren Werbeeinnahmen, da Werbezeiten und -flächen laufend verbilligt werden müssen, um nicht der Konkurrenz zu erliegen (Grisold 2009, S. 170). Die hohe Nachfrageelastizität kultureller Produkte befördert daher die Standardisierung von Medieninhalten: um das Risiko schlechter Absatzzahlen oder Einschaltquoten vermeiden zu können, produzieren massenmediale Unternehmen vorwiegend jene Produkte, die sich in der Vergangenheit bewährt haben.

Nach Horkheimer und Adorno kommt es in den Kulturindustrien zu einer inhärenten Ähnlichkeit von Kulturgütern, da diese den Arbeitsrythmus repräsentieren und reproduzieren. Die kulturelle Funktion der Kulturindustrie liegt demnach in der Legitimierung und Reproduktion bestehender Herrschaftsverhältnisse, indem eine Ideologie des ökonomischen Erfolges propagiert wird (Horkheimer und Adorno 1988, S. 55,172). Murdock und Golding gehen ebenfalls davon aus, dass eine zentrale Funktion der Massenmedien darin besteht, die herrschende gesellschaftliche Ordnung vor jenen zu legitimieren, die von dieser eigentlich benachteiligt werden. Sie haben versucht die unterschiedlichen Aspekte dieses Legitimationsprozesses zu charakterisieren (Murdock und Golding 1997, S. 228–230):

- Erstens suggerieren Massenmedien einen gesamtgesellschaftlichen Konsens über den Status Quo, indem jegliches Aufbegehren entweder als illegitim oder irrelevant kategorisiert wird.
- Zweitens können Medien die Grenzen von Debatten abstecken. So führt etwa die von ihnen propagierte Objektivitätshaltung dazu, dass Diskurse immer wieder in die selben Bahnen gelenkt werden, da meist ähnliche, bereits etablierte AkteurInnen (beider Seiten) befragt werden.
- Drittens folgt aus der Betonung von Aktualität eine Fragmentierung von Realität. So wurde Finanzkrise zunächst vor allem als Serie großer Bankenpleiten inszeniert und weniger als Folge politischer und ökonomischer Entwicklungen beschrieben.

- Viertens wird die Rolle des eigenen Staates im Rahmen einer nationalen Perspektive hervorgehoben. Staatlich-nationale Interessen finden meist breite Unterstützung.
- Fünftens wird versucht, eine moralische Community zu kreieren, der angezeigt werden kann, was als „richtig“ und „falsch“ zu bewerten ist.

Die Wirkungen kultureller Güter auf die Ökonomie mögen im Rahmen dominanter wirtschaftswissenschaftlicher Analyseinstrumente schwer zu erfassen sein, dennoch darf nicht darauf verzichtet werden. Die ökonomischen Unsicherheiten, die mit dem Gut Information verbunden sind führen in den Kulturindustrien zu standardisierten Produkten im Sinne einer möglichst großen Reichweitenmaximierung. Die Orientierung an der Profiterwirtschaftung führt dabei zu systemkonservierenden Inhalten massenmedialer Güter. In diesem Beitrag soll gezeigt werden, wie sich diese Mechanismen auf die inhaltliche Berichterstattung über die Wirtschafts- und Finanzkrise auswirkten und welche ökonomischen Implikationen daraus geschlossen werden können.

### Zur Untersuchung der Krisenberichterstattung

Die massenmediale Berichterstattung über die Wirtschafts- und Finanzkrise kann in drei Abschnitte untergliedert werden: erstens stellt die naturbehaftete Metaphorik eines der in den Medienwissenschaften häufig diskutierten Charakteristika der Krisenberichterstattung dar; zweitens wurden mit den Ursachen, Wirkungsweisen & Lösungsstrategien die drei medial am meisten diskutierten Aspekte der Krise analysiert und drittens wird dargelegt welche gesellschaftlichen Gruppen die mediale Diskussion prägen.

Als erstes Charakteristikum kann die naturbehaftete Metaphorik der Krise konstatiert werden. Sie steht einerseits im Gegensatz zu neoklassischen, mechanistischen Sichtweisen auf Märkte und rekurriert andererseits doch auf Hayeks evolutionäre Marktvorstellungen von Märkten als Naturphänomene oder Organismen (Ötsch 2007, S. 26). Eine Untersuchung der Autorin des *The Economist* in den Monaten während des Konkurses der Bank Lehmann Brothers zeigt, dass die Krise vor allem als anomaler Zustand der Finanzmärkte beschrieben wird, der mittels biologischen bzw. organischen Metaphern – etwa als *storm*, *hurricane* oder *contagion* – erklärt wird (Brait 2012, S. 82). Dies bedeutet zweierlei: erstens erscheint die Krise als Naturgeschehen „abstrakt und schicksalhaft“ (Steinert) und zweitens gilt es diese Anomalie auf den Finanzmärkten zu beenden, also das Finanzsystem in seinen Ausgangszustand zurückzusetzen (Link, S. 75–76). Damit folgt die gewählte Rhetorik der Krise einer systemkonservierenden Logik: „Als Ergebnis der Krise ist – wenn der Patient sie überlebt – der alte Zustand wieder hergestellt“ (Steinert). Die der Natur entlehnte Metaphorik wird dabei nicht nur zur Verbildlichung der Krise genützt, sondern ist in Darstellungen ökonomischer Sachverhalte häufig zu finden. Das Ökonomische wird in der Sphäre der Natur verortet und erscheint folglich als gegeben. Im *The Economist* werden Finanzmärkte etwa als *frozen* oder *dried up* beschrieben und damit vor allem als Betroffene der Krise konstruiert (Brait 2012, S. 84). Ähnliche Ergebnisse zur Krisendarstellung über naturbehafteter Metaphern finden sich in einer Untersuchung niederländischer Zeitungen zur Eurokrise. Demnach werden mit *disease* und *natural disaster* zwei von fünf zentralen Krisen-Metaphern (neben *war*, *construction* und *game*) in der Sphäre der Natur verortet, wobei sie gemeinsam in über 50% der Artikel identifiziert wurden (Joris et al. 2014, S. 610–613). Ein Vergleich britischer und deutscher Zeitungen von Bickes et al. im Jahr 2012 zeigt ebenfalls die Dominanz naturbehafteter Krisenmeta-

phern wie etwa *fire*, *tidal*, *earthquake* oder *disease*. Für die AutorInnen betont diese Form der Metaphorik vor allem die Bedrohlichkeit der Krise für Europas Volkswirtschaften. Die damit einhergehende Bildsprache von Ansteckungsgefahren (*contagion*, *sickness*) erzeugt ein Gefühl der Angst bei den LeserInnen und fördert die Akzeptanz *heilender* Maßnahmen. (Bickes et al. 2014, S. 429–430).

Das zweite Charakteristikum sind die medial am häufigsten diskutierten Aspekte der Wirtschafts- und Finanzkrise: erstens die Ursachen der Krise, zweitens die von der Krise ausgehenden Wirkungen und drittens mögliche Lösungsstrategien.

Die Untersuchung des *The Economist* zeigt, dass die Ursachen der Finanzkrise nur oberflächlich behandelt werden: als wesentlichste Gründe gelten die Konkurse systemrelevanter Banken sowie aufgeblähte Teilmärkte im Finanzsystem (Brait 2012, S. 68–69). Durch die zuvor beschriebene Metaphorik wirkt die Krise wie eine Naturgewalt, wodurch die Suche nach Gründen oder Verantwortlichen in den Hintergrund rückt. In den österreichischen Tageszeitungen werden im Jahr 2008 am häufigsten mangelnde Bankenregulierung und -kontrolle, Immobilien- und Aktienspekulation, sowie spekulative Finanzprodukte und zum Teil die Politik der USA angeführt. Interessant ist, dass dabei die „Schuldigen“ im Verhältnis zu den „Opfern“ wenig diskutiert wurden (Langasch 2010, S. 113–118). In einer Untersuchung zur deutschen Fernseh- und Printberichterstattung in den 12 Monaten nach der Pleite von Lehmann Brothers kommen Quiring et al. zu einem ähnlichen Schluss: VerursacherInnen der Krise werden nur in 5–7% der Beiträge zur Wirtschafts- und Finanzkrise genannt, Betroffene hingegen in rund 40% der Beiträge (Quiring et al. 2013, S. 69). Ein Vergleich von Zeitungsberichten aus den USA, Großbritannien und der Schweiz im Zeitraum 2007–2009 zeigt zwei Erklärungsstränge für Krisenursachen: einerseits werden Banken sowie ihre ManagerInnen, die hohe Risiken unternommen und damit massive wirtschaftliche Verluste verursacht hätten, verantwortlich gemacht und andererseits wird die Schuld in der Politik, bei einer ungenügenden Regulierung und Kontrolle verortet. Dabei forcieren die diametral zueinander stehenden Erklärungsansätze einen Antagonismus zwischen Wirtschaft und Politik, die nicht als wechselseitig interagierende Systeme, sondern als sich gegenüberstehende Sphären beschrieben werden (Schrantz und Eisenegger 2011, S. 252).

Ein Blick auf die Darstellung der Betroffenen im *The Economist* zeigt, dass diese ausschließlich auf den Finanzmärkten tätige WirtschaftsakteurInnen wie etwa Banken oder InvestorInnen beinhaltet. Es werden vor allem bereits angeschlagene AkteurInnen angeführt, wodurch die Krise zu einem sich selbstverstärkenden Mechanismus stilisiert wird (Brait 2012, S. 69–70). In der Studie von Quiring et al. werden als Geschädigte der Krise zu 92% wirtschaftliche AkteurInnen genannt, während die Bevölkerung in nur 4% der Beiträge als Geschädigte aufscheint (Quiring et al. 2013, S. 69–70). Damit wird die Krise vor allem als für die Finanzmärkte selbst relevant interpretiert, wohingegen Folgen für die Realwirtschaft wie etwa Finanzierungsnöte realwirtschaftlicher Unternehmen oder steigende Arbeitslosigkeit für die Bevölkerung keine Erwähnung finden (Brait 2012, S. 69–70).

Im *The Economist* zeigt sich in Bezug auf die Lösungsstrategien, dass der von Schrantz und Eisenegger konstatierte Antagonismus zwischen Ökonomie und Politik die Diskussion um staatliche Regulierungsmaßnahmen erschwert. Indem die Ökonomie in den Medienberichten der natürlichen Sphäre, jedoch die Politik der kulturellen Sphäre zugeordnet wird, erfolgt die Konzeption wirtschaftspolitischer Maßnahmen meist als *Eingriffe* der Politik in die Ökonomie. Insofern werden politische Maßnahmen vorwiegend als – kurzfristig wirksame – Interventionen von außen konzipiert und die diskutierten Lösun-

gen bleiben mit der Forderung nach Rettung von systemrelevanten Banken, sowie nach Markttransparenz eher oberflächlich. Zudem wird ihre langfristige Wirksamkeit in Frage gestellt, indem die Selbst-Heilung des Finanzsystems als zu präferierende Option angeführt wird (Brait 2012, S. 82–84). Quiring et al. stellen in Bezug auf die Lösungsstrategien fest, dass wenngleich als VerursacherInnen zu 82% wirtschaftliche AkteurInnen genannt wurden, so wird die Verantwortung für die Krisenbekämpfung zu 79% politischen AkteurInnen zugeschrieben. Gleichzeitig zeigt sich in absoluten Fallzahlen, dass ca. zwei (Print) bis drei (TV) mal so oft Lösungsverantwortliche genannt werden als VerursacherInnen (Quiring et al. 2013, S. 71–72). Für Quiring et al. vermittelt die Medienberichterstattung damit „[...] fast unisono den Eindruck, dass es Aufgabe der Politik ist, die von (wenigen und nur recht abstrakt dargestellten) wirtschaftlichen Akteuren verursachten Probleme zu beseitigen“ (Quiring et al. 2013, S. 72). In der medialen Bewertung der Maßnahmen zeigt sich dabei kein konsonantes Bild. Einerseits ließ sich feststellen, dass eine verschärfte Regulierung – insbesondere der Finanzmärkte und des Managements – in den Berichten klar unterstützt wurden. Andererseits werden in den untersuchten Medienbeiträgen zur Krise trotz des Hervorhebens von Schadensbegrenzung, stabilisierende Maßnahmen nur noch für den Finanzmarkt deutlich befürwortet (Quiring et al. 2013, S. 59–60). Quiring et al. erklären dies damit, dass es kein festes Legitimationssystem für wirtschaftspolitische Staatsmaßnahmen gibt, weshalb jeder Eingriff neu legitimiert werden muss. Hinzu kommt, dass die entsprechenden Maßnahmen meist ebenfalls recht neu sind und daher noch nicht diskutiert wurden, sowie nur Teilen der Bevölkerung direkt zu Gute kommen bzw. diese überhaupt betreffen (Quiring et al. 2013, S. 33–34).

**Als drittes Charakteristikum der Medienberichterstattung über die Finanzkrise aus Perspektive der Politischen Ökonomie zeigt sich, dass nicht alle gesellschaftlichen Gruppen gleich viel zu Wort kommen. Im medialen Diskurs ist nicht nur wesentlich *Was* gesagt wird, sondern auch *Wer* überhaupt sprechen darf. Die Untersuchung von direkten oder indirekten Zitaten im *The Economist* ergab, dass 54% der medialen Wortmeldungen jener Personengruppe zugerechnet werden können, die entweder selbst am Finanzmarkt aktiv oder für ein am Finanzmarkt agierendes Unternehmen tätig ist. Bei diesen Unternehmen handelt es sich zu einem überwiegenden Anteil entweder um Banken oder institutionelle InvestorInnen. Im Vergleich dazu können nur etwa knapp 25% der zitierten Personen in den Bereich der Politik eingeordnet werden, wobei auch hier vor allem VertreterInnen von am Finanzmarkt agierenden Institutionen, wie etwa ExponentInnen von Zentralbanken, internationaler Finanzorganisationen oder FinanzministerInnen zu Wort kommen. Im *The Economist* kommen folglich in erster Linie jene Personengruppen zu Wort, die einerseits bereits über einen etablierten Machtstatus verfügen und andererseits direkt in finanzmarktliche Tätigkeiten involviert sind. Über zwei Drittel der zitierten Aussagen im *The Economist* konnten Männern zugerechnet werden (Brait 2012, S. 72–73). Eine Untersuchung zu den medialen Stimmen während der irischen Bankenkrise 2008 kommt zu ähnlichen Ergebnissen: Personen, die mit dem Finanzmarkt verbunden sind (FinanzmarktexpertInnen und Lobbyingruppen) stellen mit 23,1% der medialen Wortmeldungen die zweitgrößte Gruppe nach JournalistInnen (36,3%) und vor den PolitikerInnen (22,8%) (Rafter 2014, S. 602). Ebenso ergab eine Studie zum Radioprogramm von BBC, dass während der Finanzkrise 2008 ExponentInnen aus der Finanzindustrie mit 35,1% die wichtigste Informationsquelle darstellten (Berry 2013, S. 254–255).**

## Conclusio

In der massenmedialen Berichterstattung über die Finanzkrise zeigen sich die in der Politischen Ökonomie kritisierten Folgen der Produktion kultureller Güter innerhalb der Kulturindustrien. Die Legitimation und Reproduktion bestehender Herrschaftsverhältnisse findet dabei durch eine naturbehaftete Krisenmetaphorik, die die Krise als schicksalhaftes Ereignis erscheinen lässt und folglich systemische Erklärungen in den Hintergrund drängt, statt. Die Funktionsweise des Finanzsystems wird nicht grundsätzlich in Frage gestellt, vielmehr wird sein Vorkrisen-Zustand als Ziel proklamiert, indem die Finanzmärkte als erkranktes organisches System, das Heilung benötigt, dargestellt werden. Heilung bedeutet jedoch die Wiederherstellung des Vorkrisenzustandes für die Finanzmärkte, wodurch großenteils sowohl die bestehenden Regularien, als auch die dominante Stellung der Finanzindustrie erhalten bleiben.

Die ökonomischen Ursachen der Finanzkrise finden nur wenig Eingang in die massenmediale Berichterstattung. Sofern sie aufscheinen, werden Ursachen und VerursacherInnen der Krise meist abstrakt dargestellt und fast ausschließlich dem (finanz-)wirtschaftlichen Bereich zugeordnet. Dies trägt dazu bei, dass die Krise für das Medienpublikum zu einem abstrakten und schwer zugänglichen Prozess wird, wodurch eine breitere Diskussion über Ursachen und mögliche Lösungen erschwert wird. Gleichzeitig werden die politischen und ökonomischen Herrschaftsverhältnisse dadurch nicht in Frage gestellt. Befördert wird dies, indem innerhalb der medialen Debatten vor allem bereits gesellschaftlich etablierte Gruppen zu Wort kommen, wodurch es sich zu einem beträchtlichen Teil um jene Personengruppen handelt, die an dem Krise für die verantwortlichen Finanzsystem beteiligt sind, wie etwa RepräsentantInnen von Finanzmarktunternehmen oder nationaler Regulationsinstitutionen, ihre Meinung einbringen können.

Aus der spärlichen medialen Diskussion der Krisenursachen folgen halbherzige Lösungsstrategien aus der Krise. Durch die Darstellung von Ökonomie als natürlichem System werden wirtschaftspolitische Maßnahmen als kulturelle Eingriffe von außen wahrgenommen, denen nur kurzfristige Wirkung zugeschrieben wird. Die grundsätzliche Bedeutung politischer Gestaltung und Regulierung für das Funktionieren des ökonomischen Systems wird in den journalistischen Beiträgen zur Krise nicht anerkannt, wodurch jeder wirtschaftspolitische Eingriff neu legitimiert werden muss. Folglich rücken vor allem Ereignis-bezogene Forderungen wie die Rettung von Großbanken in den Vordergrund, es fehlt jedoch an langfristigen Perspektiven für ein zukünftiges Finanz- und Wirtschaftssystem.

Die Berichterstattung über die Wirtschafts- und Finanzkrise zeigt die Bedeutung medialer Informationen für die Ökonomie. Die medialen Beiträge zur Krise beinhalten nicht nur öffentliche Verhandlungen über Krisenursachen oder Lösungsstrategien, sondern transportieren immer auch bestimmte Weltanschauungen, etwa über Ökonomie und Politik. Massenmedien prägen ökonomische Denk- und Handlungsweisen entscheiden mit, sind jedoch gleichzeitig selbst von ökonomischen Zwängen determiniert. Um die Krise und ihre weitere Entwicklung verstehen zu können, ist die Einbeziehung massenmedialer Berichterstattung und ihrer Dynamiken folglich unumgänglich.

## Literaturverzeichnis

- Babe (1995): *Communication and the transformation of economics. Essays in information, public policy, and political economy.* Boulder, Colo.
- Berry (2013): The Today programme and the banking crisis. In: *Journalism* 14 (2), S. 253–270.
- Bickes, Otten, Weymann (2014): The financial crisis in the German and English press. Metaphorical structures in the media coverage on Greece, Spain and Italy. In: *Discourse & Society* 25 (4), S. 424–445.
- Brait (2012): Zum Verhältnis von Massenmedien und Finanzmärkten. Ein medienökonomischer Aufriss und eine diskursanalytische Untersuchung des *The Economist*. Diplomarbeit, Wien.
- Fuchs (2009): Kapitalistische Medien und kapitalistische Krise. In: Brenner (Hg.): *Kapitalismus am Ende? Attac, Analysen und Alternativen.* Hamburg, S. 165–170.
- Foucault (1981): *Archäologie des Wissens.* Frankfurt am Main.
- Garnham (1996): On the Cultural Industries. In: Marris, Thornham (Hg.): *Media studies. A reader.* Edinburgh, S. 78–83.
- Murdock, Golding (1997): *The Political Economy of the Media.* Cheltenham/Brookfield.
- Grisold (2004): *Kulturindustrie Fernsehen. Zum Wechselverhältnis von Ökonomie und Massenmedien.* Wien.
- Grisold (2009): Zur politischen Ökonomie der Medien. Eine heterodoxe Erweiterung. In: Becker, Grisold, Mikl-Horke, Pirker, Rauchenschwandtner (Hg.): *Heterodoxe Ökonomie.* Marburg, S. 147–176.
- Horkheimer, Adorno, (1988): *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente.* Ungekürzte Ausg. Frankfurt am Main.
- Hutter (2006): Die Medienwirtschaft in der Neuheitsspirale. In: Adelman und Hesse (Hg.): *Ökonomien des Medialen. Tausch, Wert und Zirkulation in den Medien- und Kulturwissenschaften.* Bielefeld, S. 27–46.
- Jäger (2004): *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung.* 4., unveränd. Aufl. Münster.
- Joris, d'Haenens, van Gorp (2014): The euro crisis in metaphors and frames. Focus on the press in the Low Countries. In: *European Journal of Communication* 29 (5), S. 608–617.
- Landwehr (2008): *Historische Diskursanalyse.* 1. Aufl. Frankfurt/Main.
- Langasch (2010): *Die Auswirkungen der Darstellung einer (un-)gerechten Welt in den Medien auf die Befindlichkeit der RezipientInnen : am Beispiel der Finanzkrise.* Diplomarbeit. Wien.
- Lears, van Scherpenberg (2004): Introduction. In: Lears (Hg.): *Cultures of economy – economics of culture.* Heidelberg, S. 1–4.
- Link: Ein 11. September der Finanzmärkte. Die Kollektivsymbolik zwischen Apokalypse, Normalisierung und Grenzen der Sagbarkeit. Online verfügbar unter <http://bangemachen.com/wp-content/uploads/2009/04/bankentuerme.pdf>, zuletzt geprüft am 12.08.2015.
- Ötsch (2007): *Bilder der Wirtschaft. Metaphern, Diskurse und Hayeks neoliberales Hegemonialprojekt.* Linz (Arbeitspapier, 0709). Online verfügbar unter <http://www.econ.jku.at/papers/2007/wp0709.pdf>, zuletzt geprüft am 12.08.2015.
- Quiring, Kepplinger, Weber, Geiß (2013): *Lehman Brothers und die Folgen. Berichterstattung zu wirtschaftlichen Interventionen des Staates.* Wiesbaden.
- Rafter, K. (2014): Voices in the crisis. The role of media elites in interpreting Ireland's banking collapse. In: *European Journal of Communication* 29 (5), S. 598–607.
- Schranz, Eisenegger (2011): The Media Construction of the Financial Crisis in a Comparative Perspective – An Analysis of Newspapers in the UK, USA and Switzerland between 2007 and 2009. In: *Swiss Journal of Sociology* 37 (2), S. 241–258.
- Steinert: *Krise? Welche Krise? Wessen Krise? – Metaphern und Modelle und was daraus folgt.* Zweiter Akt (2009/10): Ach, die Märkte! Online verfügbar unter [http://www.links-netz.de/K\\_texte/K\\_steinert\\_kriseII.html](http://www.links-netz.de/K_texte/K_steinert_kriseII.html), zuletzt geprüft am 12.08.2015.
- Stiglitz (1985): Information and Economic Analysis. A Perspective. In: *The Economic Journal* 95, S. 21.