

3 Geschäftemacher und die Medien

Erst in den letzten Jahren begann in und unter den Medien eine lebendige Debatte darüber, wie sich Journalisten, die sich in der Wirtschaftsberichterstattung bewegen, zu verhalten haben. Fälle, in denen sich die Redakteure selbst bedient hatten, in denen sie von Firmen geschmiert und gehätschelt worden waren, gibt es, solange es Journalisten gibt. Der Aktienboom Ende der 90er Jahre weitete die Diskussion über die Rolle der Medien aber aus. Mit unrealistischen Prognosen und überschwenglichen Beurteilungen hatten viele Berichtersteller wesentlich dazu beigetragen, daß Aktienkurse schwindelerregende Höhen erreichten. Dies geschah aus den unterschiedlichsten Gründen: Manche glaubten wohl selbst an die Grenzenlosigkeit einiger Aktien. Andere wurden vielleicht von ihren Verlegern getrieben, weil sich in Sachen Anlagetips (anders als im sonstigen Journalismus) gute Nachrichten besser verkaufen als schlechte. Eine dritte Gruppe hatte Interesse an hohen Kursen, weil sie selbst Aktien von Unternehmen gekauft hatten, über die sie nun berichteten. Oder sie wurden gar von Unternehmen gepinselt, gehätschelt oder gekauft.

Der Anleger steckt deshalb in einem Dilemma: Er braucht die Medien, weil sie noch immer eher als viele Anlegerberater, Vermittler oder auch Banken objektiv informieren. Durch das Studium von Informationen aus der Wirtschaft wird der Leser selbst am besten beurteilen können, ob sich eine Anlage lohnen wird und ob die genannten Rahmenbedingungen eines Investments der Wirklichkeit entsprechen. Andererseits muß er abschätzen können, ob die Informationen seriös sind. Die heftigen Auseinandersetzungen von Branchendiensten, die sich Anlegerschützer nennen, haben in den letzten Jahren gezeigt, daß sich auch in diesem Metier schwarze Schafe tummeln. Gegenseitig hatten sich diese Blätter beschuldigt, im Auftrag oder im Dienste von Initiatoren und Vertreibern geschönte Informationen zu veröffentlichen.

Daß Redakteure nicht unbeeinflusst von der Außenwelt schreiben, ist kein neues Phänomen. Die Korruption von Journalisten ist vielmehr uralte. Der Kölner Soziologe Erwin L. Scheuch schrieb im März 2002 im Fachblatt »Kriminalistik« über die lange Geschichte des

Gefügigmachens von Personen, die die Mächtigen brauchten und gebrauchten. Scheuch: »Reichskanzler Bismarck bestach den Bayernkönig Ludwig II. mit jährlich 300.000 Goldmark, damit sich dieser für die Ausrufung des Preußenkönigs zum deutschen Kaiser einsetze. Für die Bestechung von Journalisten unterhielt er einen ›Reptilienfonds‹, über den er freihändig verfügen konnte. Das galt dem Hohenzollernhaus nicht als Korruption, weil durch den Staat für den Staat agiert wurde, obwohl es korrumpierend wirkte.«

Dieser Korruptionsgedanke hat sich reichlich gewandelt. Nicht mehr primär der Staat, sondern die wirtschaftlich Mächtigen und Einflußreichen versuchen heute, Einfluß auf die Medien zu gewinnen, und haben damit nicht selten auch Erfolg. Gänzlich diffus wurde das Bild mit dem großen Boom der New Economy. Analysten und Tipgeber, in der Aufstiegsphase als Gurus gefeiert, stürzten ab, als die große Blase platzte. Erst im nachhinein stellte sich heraus, wie eng oftmals die Betreiber von Internet-Foren, Geldmarkt-Redakteure und TV-Börsenberichterstatte mit einzelnen Internetfirmen und Aktienfonds verquickt waren. Die Diskussion über deren Rolle entzündete sich besonders an vier Personen: Marian von Korff, Bernd Förtsch, Kurt Ochner und Egbert Prior.

Der Geldexperte von Korff trat 1993 in die Redaktion des neu gegründeten Magazins »Focus« ein, wo er die Berichterstattung der Geldanlage-Seiten betreute. Er geriet in die Kritik, als bekannt wurde, daß er über Geldanlagen berichtet hatte, mit denen er selbst verhandelt war.

Auch berühmte Aktienberater des Fernsehens kamen in die Schußlinie, als ihre Verflechtungen bekannt wurden – beispielsweise der Fondsberater Bernd Förtsch, der in der »3-sat-Börse« Kurse in die Höhe puschen half. Förtsch beriet einerseits sieben Investmentfonds, auf der anderen Seite war er Chefredakteur der Zeitschrift »Der Aktionär« und gab Tips über Telefon-Hotlines. Als die »Wirtschaftswoche« Förtsch auf seine Doppelrolle ansprach, mochte er nichts daran finden, gleichzeitig Fonds zu beraten sowie Leser und Zuschauer der Medien zu informieren: »Der von mir beratene Fonds DAC-UI ist nicht Nummer eins geworden, weil ich auch den ›Aktionär‹ herausgebe. Daß es Überschneidungen gibt, möchte ich gar nicht abstreiten. Aber ich kann nicht Wasser predigen und Wein trinken, ich kann

nicht die einen Aktien gut finden und die anderen dem Fonds empfehlen. Es gibt kein Gesetz, das einem Verleger verbietet, einen Fonds zu beraten.«

Tatsächlich bewegen sich Fälle wie Korff und Förtsch in einer juristischen Grauzone. Ein Journalist gilt gemäß Paragraph 13 des im August 1998 schärfer gefaßten Wertpapierhandelsgesetzes als Insider, wenn er »aufgrund seines Berufs oder seiner Tätigkeit bestimmungsgemäß Kenntnis von einer nicht öffentlich bekannten Tatsache hat, die geeignet ist, im Falle ihres öffentlichen Bekanntmachens den Kurs der Insider-Papiere erheblich zu beeinflussen«. Nutzt der Journalist sein Wissen, um selbst Aktien zu kaufen, macht er sich strafbar. Auch das Weiterempfehlen ist verboten. Und es gilt ebenso als Insider-Tatbestand, wenn das Wissen um die Veröffentlichung einer Nachricht, Information oder Empfehlung kursbeeinflussende Wirkung hat.«

So erhob die Stuttgarter Staatsanwaltschaft gegen den stellvertretenden Chefredakteur des Anlegermagazins »Der Aktionär« Anklage wegen Insider-Handels. Der 29jährige Sascha O. war neben seiner journalistischen Tätigkeit Mitglied im Anlageausschuß eines Aktienfonds und Berater mehrerer anderer Fonds. Dies habe ihm, so die Staatsanwaltschaft, eine »Vielzahl vertraulicher Informationen hinsichtlich zukünftiger Anlagestrategien und beabsichtigter Aktienkäufe verschiedener bedeutender Fonds« eingebracht. O. habe gemeinsam mit einem Handelsvertreter, der ebenfalls angeklagt wurde, »unter Ausnutzung von Insider-Kenntnissen« mehrfach Aktiengeschäfte getätigt und hierbei Gewinne von 59.000 Euro erzielt. Die Käufe auf eigene und fremde Rechnung hätten »in der sicheren Erwartung ihres unmittelbar bevorstehenden Kursanstiegs« stattgefunden. Grund für diese Zuversicht: Der Journalist habe selbst kurz zuvor dem von ihm beratenen Fonds »umfangreiche Ankäufe« dieser Aktien empfohlen, und die Fonds seien seinen Vorschlägen »erfahrungsgemäß regelmäßig« gefolgt.

Auch Egbert Prior geriet in den Verdacht des Insider-Handels. »Börse wird über Köpfe verkauft«, lautete das Credo des Chefredakteurs und Herausgebers des Börsenbriefes »Prior-Börse«. In den Fernsehsendern 3-sat oder n-tv ließ er mit seinen Tips die Aktienkurse auf- und niedertanzen und kam dabei nicht gerade in den Ruf eines Saubermanns: Er war der erste Börsenjournalist, gegen den ein

Ermittlungsverfahren wegen Verstoßes gegen das Wertpapierhandelsgesetz eingeleitet wurde. Er kam jedoch ungeschoren davon. Sowohl das Landgericht als auch das Oberlandesgericht Frankfurt lehnten die Eröffnung eines Gerichtsverfahrens ab.

Nachdem Anleger am Neuen Markt zahlreiche Millionen Euro verloren hatten, machte man sich vielerorts endlich Gedanken darüber, wie dem Verbraucher mehr Sicherheit gegeben werden könnte. Die Bundesregierung plante deshalb einen »Kodex für anlegergerechte Kapitalmarktcommunication«. Analysten und Journalisten müssen danach mit Geldstrafen von bis zu 50.000 Euro, Unternehmen sogar bis 500.000 Euro rechnen, wenn sie gegen die Richtlinien verstoßen. Diese sehen in erster Linie mehr Transparenz vor: So sollen Analysten und Journalisten Sachverhalte offenlegen, die zu einem Interessenkonflikt führen können – etwa wenn sie selbst Werte eines Papiers besitzen, das sie analysieren. Außerdem sollen Journalisten und Analysten nicht mit Aktien von Unternehmen Geschäfte machen, über die sie kontinuierlich berichten.

Einige Verlage versuchen sich zudem in Selbstkontrolle. Die Verlagsgruppe Handelsblatt läßt Redakteure unterschreiben, daß sie keine Aktien von Unternehmen besitzen, über die sie regelmäßig berichten. Siegfried Weischenberg, Professor für Publizistik und ehemaliger Vorsitzender des Deutschen Journalistenverbandes, begrüßte solche Bemühungen um Offenheit: »Ich will keine Heiligen kreieren, aber man kann verlangen, daß die Gefahr von Interessenkollisionen offengelegt wird.«

Nichts demonstrierte die Schwächen der Wirtschaftspresse besser als der Aufstieg und der Absturz des Neuen Marktes. Mit dem Boom entstanden in den meisten Großverlagen neue Zeitungen und Zeitschriften: »Euro am Sonntag«, »Telebörse«, »Börse Online«, »Focus Money«. Und im nachhinein kann man einiges von dem, was die Newcomer publizierten, nur noch als peinlichen Unsinn bezeichnen, allzu sehr waren die Redakteure auf steigende Kurse gepolt. Als die ersten Aktien schon schwächelten, hieß es im Editorial von »Focus Money«: »Die Flaute am neuen Markt entpuppt sich bei vielen Werten als Chance.« Und dann im August 2000: »Die momentane Lethargie bedeutet nichts anderes als das Atemholen vor der nächsten Rallye.« Doch dieses Mutmachen hielt nicht lange vor, dafür sprachen bei vie-

len der gefeierten Internet-, Biotechnik- oder Medienunternehmen die Staatsanwälte vor. Die »Süddeutsche Zeitung« zitierte am 8. Mai 2001 in dem Artikel »Laute Sprüche statt leise Recherche« eine Redakteurin, um zu erklären, warum die Wirtschaftsmedien in ihrer Einschätzung so häufig danebenlagen: »Wir wußten, daß oft Unfug im Blatt stand. Aber die Gehälter sind hervorragend, und da empfiehlt man halt nochmal Intershop, wenn die Chefs das so wollen.«