

# Die Gästelandschaft in Polittalkshowformaten bei ARD und ZDF 2023

Analyse der Sendungen, die sich mit wirtschafts-  
politischen Fragestellungen beschäftigt haben,  
bei Maybrit Illner, hart aber fair, Anne Will und  
Maischberger



# Wirtschafts- Talkshows ohne Wirtschaft

Die vorliegende Studie sollte ermitteln, inwieweit die Sichtweise von Unternehmen und der Wirtschaft in Polittalkshows eingebunden ist, wenn diese sich mit wirtschaftspolitischen Themen beschäftigen. Um das Ergebnis vorwegzunehmen: viel zu wenig. Oder anders ausgedrückt: Wenn sich die politischen Talkshows des öffentlich-rechtlichen Fernsehens mit Wirtschaft beschäftigen, machen sie das meist ohne die Wirtschaft. Man redet über die Wirtschaft, nicht mit ihr.

Dies ist ein schweres Versäumnis, das mit dem Programmauftrag von ARD und ZDF nicht in Einklang zu bringen ist.

Neben klassischen Nachrichten und politischen Magazinen findet die Vermittlung politischer Inhalte in den Fernsehsendern vor allem über politische Talkshowformate statt. Sie stellen einen wesentlichen Bestandteil politischer Kommunikation und der Vermittlung von Informationen und Meinungen zu aktuellen politischen Themen dar.

## Polittalkshows: beliebt und beachtet

Die Beliebtheit und damit die Bedeutung von politischen Talkshows ist seit Jahren unvermindert hoch (*Statista*): um die 7 Millionen Menschen geben an, solche Sendungen sehr gerne zu sehen. Mehr als 16 Millionen sehen solche Sendungen „auch noch gern“.

Die reichweitenstärkste politische Talkshow war über all die Jahre Anne Will mit im Schnitt rund 4 Millionen Zuschauern. Die letzte Anne Will-Sendung am 3. Dezember 2023 hatte 3,35 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 14,4 Prozent (*t-online.de*). Die Sendung Maybrit Illner am 14. Dezember 2023 hatte einen Marktanteil von 15,3 Prozent mit 2,64 Millionen Zuschauern (*DWDL.de*). Die ARD-Talkshow „Hart aber fair“ kam in der letzten Sendung des Jahres 2023 auf einen Marktanteil von 9 Prozent mit 2,28 Millionen Zuschauern, was leicht über dem Jahresschnitt von 2,06 Millionen Zuschauern lag (*Quotenmeter.de*). Die wenigsten Zuschauer, allerdings auch die späteste Sendezeit, verzeichnet die ARD-Sendung „Maischberger“, die im Durchschnitt 2023 auf 1,44 Millionen kam, was einem Marktanteil von 12,4 Prozent entsprach (*DWDL.de*).

Damit erreicht jede einzelne der Polittalkshows im Durchschnitt mehr Zuschauer als die führenden Tageszeitungen Süddeutsche, FAZ, Handelsblatt und Welt an Lesern zusammen an einem Tag erreichen (*Statista*).

## Programmgrundsätze verlangen Vielfalt und Fairness

Angesichts der besonderen Bedeutung politischer Talkshows müsste hier auch ein besonderes Augenmerk auf die Einhaltung der Programmgrundsätze der öffentlichen-rechtlichen Sender gelegt werden. Diese Vorgaben verlangen bei der ARD für „alle Beiträge“ die Einhaltung der Grundsätze „journalistischer Sorgfalt und Fairness und in ihrer Gesamtheit der Vielfalt der Meinungen“ (*Grundsätze für die Zusammenarbeit* im ARD-Gemeinschaftsprogramm „Erstes Deutsches Fernsehen“ und anderen Gemeinschaftsprogrammen und -angeboten, Ziff. I (3) (b)).

Dem ZDF wird vorgeschrieben, dass im Programm „ein objektiver Überblick über das Weltgeschehen, insbesondere ein umfassendes Bild der deutschen Wirklichkeit vermittelt werden“ soll (§ 5 Abs. 1 *ZDF-Staatsvertrag*). In der „Selbstverpflichtung“ legen die ARD-Anstalten die Messlatte hoch: „Indem wir sehr unterschiedliche Gruppen der Gesellschaft ansprechen, ermöglichen wir Diskurs zwischen Lebenswelten, die noch kaum Kontakt miteinander haben. In einer zunehmend individualisierten Gesellschaft tragen wir dadurch zur gesellschaftlichen Teilhabe und zum Zusammenhalt bei.“ (*ARD-Selbstverpflichtung*, Kapitel 01, S. 8)

Angesichts dieser Vorgaben wäre anzunehmen, dass in den wichtigen politischen Talksendungen, wenn diese sich mit Wirtschaftspolitik beschäftigen, regelmäßig auch Vertreter der Wirtschaft zu Wort kommen. Wie die Studie zeigt, ist dem aber nicht so: In Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen sind nur 9 Prozent der Gäste Vertreter der Wirtschaft.

Dies erfüllt nicht die regulatorischen Anforderungen einer fairen Darstellung und der „Vielfalt der Meinungen“. Es trägt auch nicht zur „gesellschaftlichen Teilhabe und zum Zusammenhalt“ bei, wenn die Unternehmen als wichtiger, wenn nicht wichtigster Akteur in Sachen Wirtschaft nicht oder selten mitreden dürfen. Dabei geht es weniger um formelle Repräsentanz, sondern mehr um die notwendige Sichtweise, wirtschaftliche Zusammenhänge verstehen zu können. Die häufig eingeladenen Journalisten oder auch die Wirtschaftswissenschaftler mögen im Einzelfall die Argumente der Unternehmensseite vertreten, können aber nicht aus der Praxis berichten und sind auch nicht so authentisch wie die eigentlichen Akteure der Wirtschaft.

Diese einseitige und unzureichende Besetzung der Gäste in politischen Talkshowformaten muss sich ändern, wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht an Glaubwürdigkeit einbüßen, sondern seinen Programmauftrag vollumfänglich erfüllen möchte.

Berlin, Januar 2024

**Thorsten Alsleben**  
Geschäftsführer INSM

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b> . . . . .	<b>5</b>
<b>2. Vorgehen Datenerhebung und Datenauswertung.</b> . . . . .	<b>5</b>
<b>3. Die Talkshowformate.</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>3.1 Maybrit Illner</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>3.2 hart aber fair.</b> . . . . .	<b>8</b>
<b>3.3 Anne Will</b> . . . . .	<b>10</b>
<b>3.4 Maischberger</b> . . . . .	<b>12</b>
<b>3.5 Zusammenfassung der Talkshowformate</b> . . . . .	<b>14</b>
<b>4. Fazit und Handlungsempfehlungen.</b> . . . . .	<b>16</b>
<b>Impressum.</b> . . . . .	<b>17</b>

# 1. Einleitung

In einer Zeit, in der die Wirtschaftspolitik durch Krisen zunehmend im Zentrum öffentlicher Debatten steht und Bürger durch Medien über wirtschaftliche Zusammenhänge informiert werden, nimmt die Darstellung dieser Themen in politischen Talkshows eine Schlüsselrolle ein. Komplexe Konzepte und Zusammenhänge werden dort in einen Kontext gesetzt und für den Zuschauer durch Diskussionen anschaulich gemacht. Die vorliegende Studie nimmt sich der Aufgabe an, die Zusammensetzung der Gäste in den vier großen deutschen Polittalkshows – „Maybrit Illner“, „hart aber fair“, „Anne Will“ und „Maischberger“ – zu analysieren, um die Repräsentation von Wirtschaftsvertretern in Sendungen mit wirtschaftspolitischen Schwerpunkten zu untersuchen.

Die Relevanz dieser Studie ergibt sich aus der Notwendigkeit, eine ausgewogene Berichterstattung und eine vielschichtige Diskussion wirtschaftspolitischer Themen sicherzustellen. Dabei wird die Annahme verfolgt, dass eine angemessene Beteiligung von Wirtschaftsvertretern nicht nur die Qualität der Debatte erhöht, sondern auch zu einem tieferen Verständnis realer wirtschaftspolitischer Sachverhalte in der Bevölkerung beiträgt. Eine ausgewogene Berichterstattung, die sich auch in einer ausgewogenen Gästerauswahl widerspiegelt, entspreche dabei den Programmgrundsätzen der öffentlich-rechtlichen Sender, in welchen diese Sendungen ausgestrahlt werden.

Zur Untersuchung der Gästelandschaft wird zunächst das allgemeine Vorgehen bei der Datenerhebung und -auswertung dargelegt. Im Anschluss daran werden die erhobenen Daten präsentiert und detailliert vorgestellt. Im darauffolgenden Schritt werden diese Ergebnisse analysiert und hinsichtlich der aktuellen wirtschaftspolitischen Verhältnisse in Deutschland betrachtet. Abschließend werden im Fazit die Ergebnisse der Analyse zusammengefasst und Handlungsempfehlungen ausgesprochen.

## 2. Vorgehen Datenerhebung und Datenauswertung

Im ersten Schritt wurden die allgemeinen Rahmenbedingungen der Untersuchung definiert. Als Untersuchungsgegenstand wurden die vier Talkshowformate „hart aber fair“, „Maybrit Illner“, „Anne Will“ und „Maischberger“ gewählt. In der Analyse wurden ausschließlich Sendungen mit direktem oder indirektem wirtschaftspolitischem Bezug berücksichtigt. Sendungen ohne einen solchen Bezug wurden nicht in die Analyse miteinbezogen. Ebenso Sendungen, in denen wirtschaftspolitische Themen weniger als die Hälfte der Sendezeit einnehmen. Die Studie analysiert den Zeitraum zwischen den Kalenderwochen 1 bis 48. Nach der Selektion der Sendungen wurden die Gäste der jeweiligen Sendungen erfasst und in folgende Kategorien eingeteilt: Journalisten, Menschen aus Kunst und Kultur, Wirtschaftsverbandsvertreter, sonstige Verbandsvertreter, Wirtschaftswissenschaftler, sonstige Wissenschaftler, Politiker, Menschen aus der Zivilgesellschaft, Gewerkschaftsvertreter sowie Unternehmer. Politiker wurden zudem nach ihren Parteien differenziert. Daraufhin folgte die Kumulation der Gäste in den jeweiligen Kategorien. Diese wurden ins Verhältnis gesetzt und die Anteile an der Gesamtheit der Gäste

berechnet. Unternehmer sowie Wirtschaftsverbandsvertreter wurden als Wirtschaftsvertreter geclustert und deren Anteil an der Gesamtheit ermittelt.

Es erfolgte weiter die Summierung aller analysierten Sendungen und die Berechnung ihres Anteils an der Gesamtzahl der Sendungen, die während des Untersuchungszeitraums ausgestrahlt wurden. Weiterhin wurde die Quote der Sendungen ermittelt, die mindestens einen Wirtschaftsvertreter zu Gast hatten. Gleiches wurde für Sendungen ohne einen einzigen Wirtschaftsvertreter getan.

Im finalen Schritt wurden noch einmal alle Kategorien aus allen Formaten kumuliert und in Beziehung zueinander sowie zur Gesamtheit gesetzt. Die angegebenen Werte sind zur Übersichtlichkeit auf eine Nachkommastelle gerundet. Etwaige Abweichungen verzerren die Ergebnisse weder grundlegend, noch verfälschen sie die daraus abgeleiteten Schlussfolgerungen.

Um die Grafiken übersichtlich zu halten und den Lesefluss zu gewährleisten, wurde das generische Maskulinum verwendet. Die dort verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

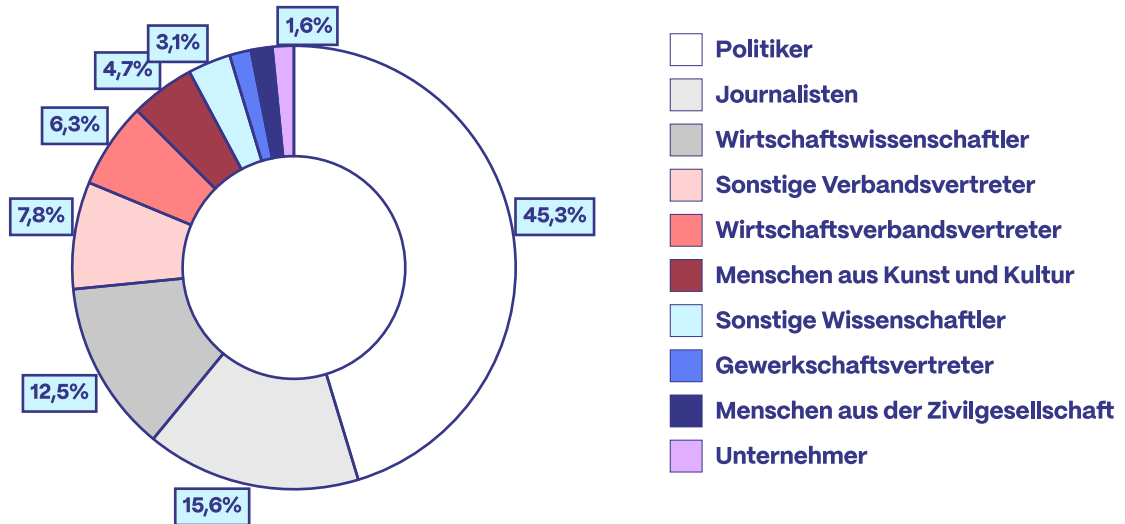
## 3. Die Talkshowformate

### 3.1 Maybrit Illner

In der Polittalkshow „Maybrit Illner“ zeichnet sich bei der Zusammensetzung der Gäste ein Übergewicht von Politikern ab. Diese dominieren dort mit insgesamt 29 Auftritten (45,3 Prozent) und haben damit die größte Präsenz. Journalisten stellen einen weiteren signifikanten Anteil der Diskussionsteilnehmer dar und sind insgesamt zehnmal vertreten (15,6 Prozent). Auffällig ist der geringe Anteil von Vertretern aus der Wirtschaft mit gerade einmal fünf Auftritten (7,8 Prozent). Unternehmer sind mit einem Auftritt (1,6 Prozent) und Wirtschaftsverbandsvertreter mit vier Auftritten (6,3 Prozent) in der Gästerauswahl unterrepräsentiert. Wirtschaftswissenschaftler, die häufig im Rahmen ihrer Einladung ihr theoretisches Fachwissen darbieten sollen, finden mit acht Auftritten (12,5 Prozent) etwas häufiger den Weg in die Studios.

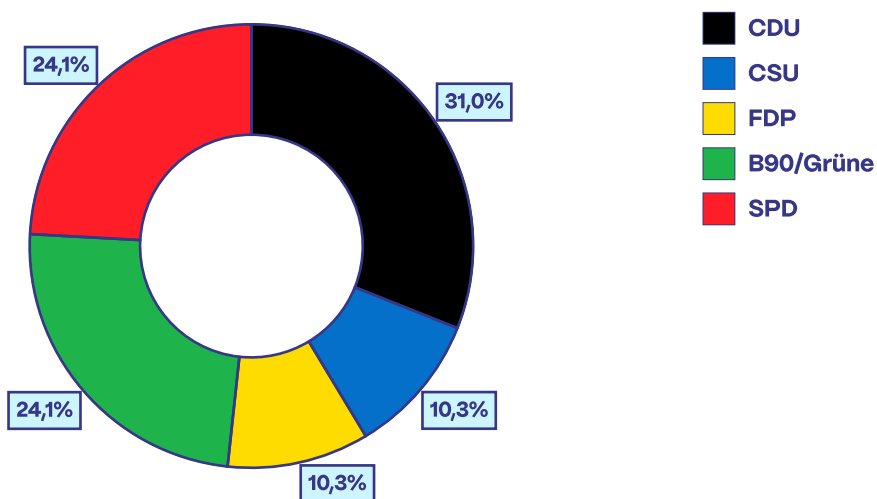
Wirtschaftliche Themen wurden in 12 von 39 der während des beobachteten Zeitraums ausgestrahlten Sendungen behandelt (30,8 Prozent). Dabei nahmen bei fünf der zwölf Sendungen, die wirtschaftliche Themen behandeln, tatsächlich auch ein Vertreter aus der Wirtschaft an der Diskussion teil (41,7 Prozent). Damit hat Maybrit Illner den höchsten Anteil an Sendungen mit Wirtschaftsvertretern.

## Ressorts der Gäste bei „Maybritt Illner“



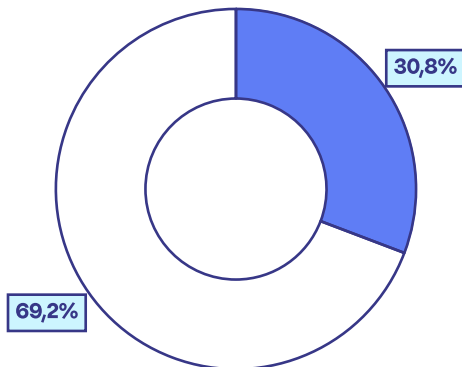
Mit Blick auf die Zusammensetzung der politischen Vertreter innerhalb der Sendungen lässt sich feststellen, dass die Union mit insgesamt zwölf Vertretern (41,4 Prozent) am häufigsten vertreten ist. Auf sie folgen Grüne und SPD mit jeweils sieben Vertretern (je 24,1 Prozent). Die FDP kommt auf insgesamt drei Vertreter (10,3 Prozent). Auffallend an der politischen Verteilung ist, dass CDU und CSU die einzigen Vertreter aus der Opposition stellen. Dabei sind in jeder Sendung mindestens ein Politiker aus der Union und ein Politiker einer Regierungspartei zu Gast. Mit der Union ist zwar die größte Oppositionsfraktion vertreten, jedoch deckt die Gästerauswahl nicht das volle oppositionelle Meinungsspektrum ab.

## Auftritte von Politikern bei „Maybritt Illner“ nach Parteien

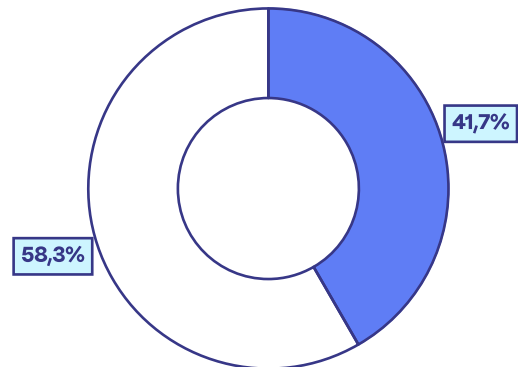


## Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft

- Wirtschaftliche Themen
- Sonstige



- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen mit mind. einem Wirtschaftsvertreter
- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen ohne Wirtschaftsvertreter

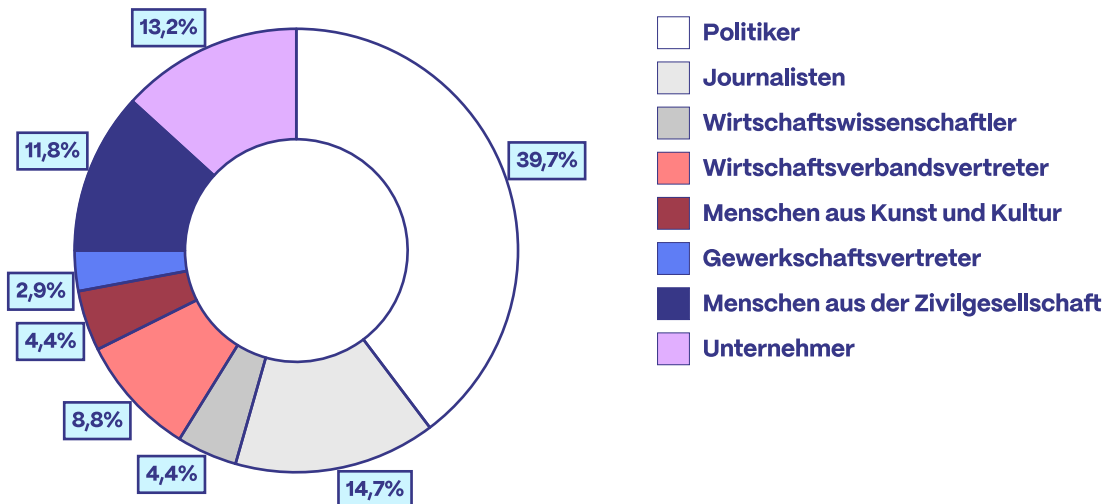


### 3.2 hart aber fair

Auch bei der Talkshow „hart aber fair“ sind Politiker mit insgesamt 27 Auftritten (39,7 Prozent) die am häufigsten vertretenen Gäste. Journalisten bilden auch hier mit einigem Abstand die zweitstärkste Gruppe der Gäste mit zehn Auftritten (14,7 Prozent).

Auffallend ist der mit neun Auftritten (13,2 Prozent) hohe Anteil von Unternehmern sowie die Präsenz von Wirtschaftsverbandsvertretern mit sechs Auftritten (8,8 Prozent), was einem Anteil von 22 Prozent der Wirtschaftsvertreter entspricht. Diese insgesamt 15 Auftritte von Wirtschaftsvertretern sorgen in den Diskussionen dafür, dass die Debatten einen realen Bezug erhalten, und eröffnen einen Einblick in die Erfahrungswelt der Betroffenen. Personen aus der Zivilgesellschaft saßen insgesamt achtmal in dem Talkshowformat (11,8 Prozent).

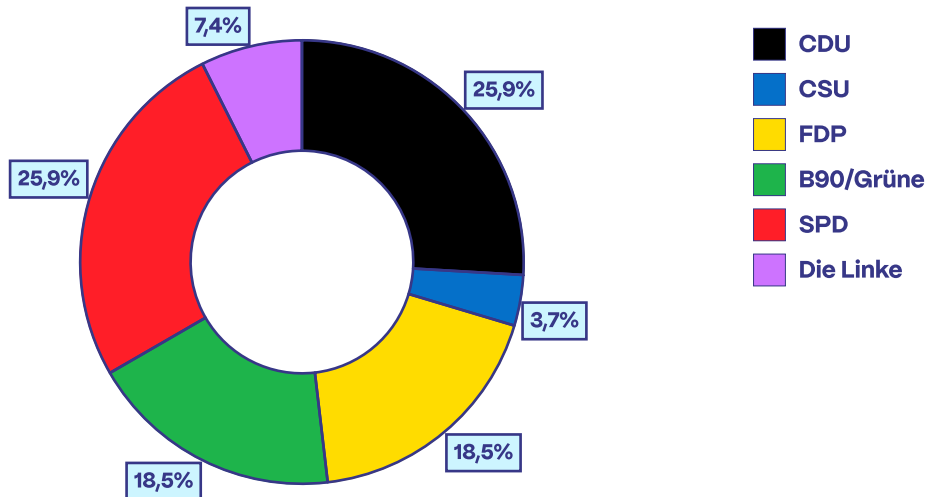
### Ressorts der Gäste bei „hart aber fair“





Die politische Zusammensetzung der Gäste zeigt eine pluralistische Vertretung: die Union führt mit acht Vertretern (29,6 Prozent), dicht gefolgt von SPD mit sieben Vertretern (25,9 Prozent). FDP und Grüne stellen jeweils fünf Vertreter (je 18,5 Prozent). Die Linke ist mit zwei Vertretern (7,4 Prozent) zu Gast, während die AfD gar nicht vertreten ist.

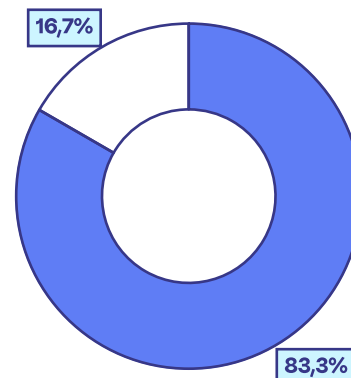
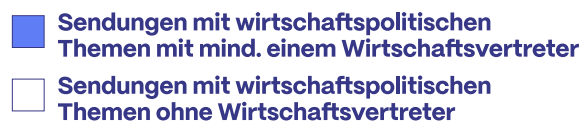
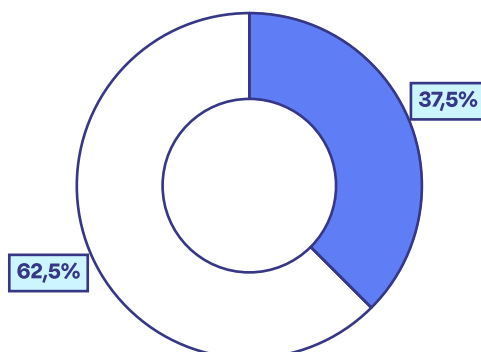
## Auftritte von Politikern bei „hart aber fair“ nach Parteien



Bezogen auf die thematische Ausrichtung der Sendung nehmen wirtschaftliche Themen mit 12 von 32 ausgestrahlten Sendungen einen größeren Anteil des Programms als bei anderen Polittalkshows ein (37,5 Prozent). Bemerkenswert ist hierbei, dass im Unterschied zu den Sendungen anderer Polittalkshows bei „hart aber fair“ in der überwiegenden Mehrzahl – bei zehn der zwölf Sendungen mit Wirtschaftsthematik – ein Wirtschaftsvertreter teilnimmt (83,3 Prozent).

„Hart aber fair“ beweist eine ausgewogene Gestaltung der Gästerauswahl in Verbindung mit der thematischen Schwerpunktsetzung. Sowohl eine breite politische als auch eine stärkere Vertretung wirtschaftlicher Expertisen – theoretisch und praktisch – werden in die Diskussion miteinbezogen. Das Format schafft damit eine fundierte und zugleich vielschichtige Auseinandersetzung mit wirtschaftspolitischen Themen.

## Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft

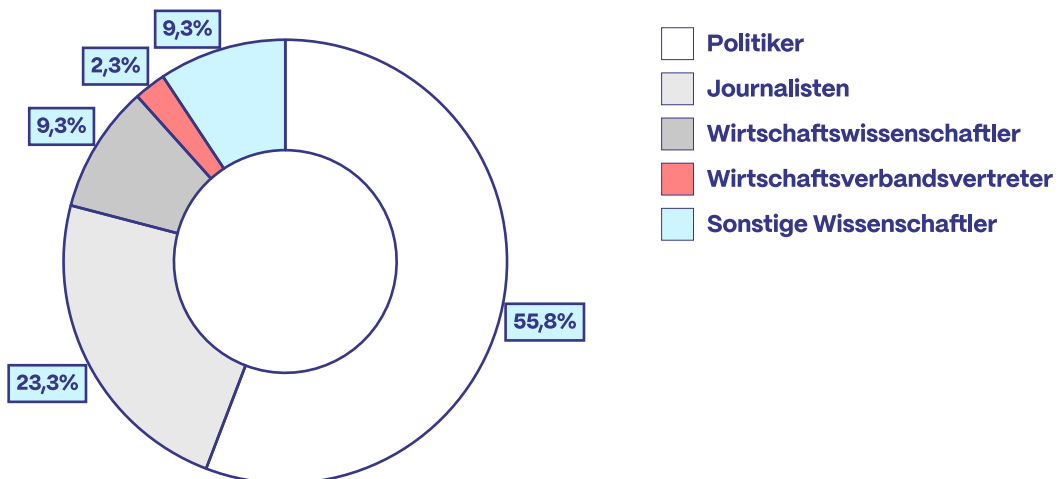


### 3.3 Anne Will

Die Auswertung der Gästezusammensetzung der Sendung „Anne Will“ im letzten Jahr zeigt einen dominierenden Politikeranteil von 55,8 Prozent. Das entspricht einer Anzahl von 24 Personen. Damit sind sie die am häufigsten eingeladenen Gäste, was die Ausrichtung der Sendung als eine mediale Plattform für politische Debatte unterstreicht. Journalisten stellen mit zehn Personen einen Anteil von 23,3 Prozent und sind damit die am zweitstärksten vertretene Gruppe.

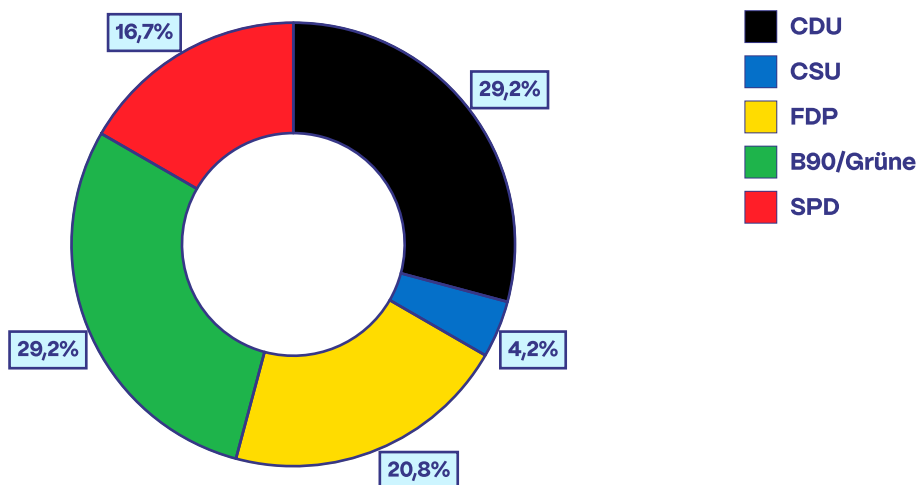
Im Kontrast dazu steht der äußerst geringe Anteil der Wirtschaftsvertreter, der mit einem einzigen Wirtschaftsverbandsvertreter lediglich bei 2,3 Prozent liegt. Unternehmer sind in den Sendungen überhaupt nicht vertreten. Das bedeutet gleichzeitig, dass in 8 von 9 Sendungen mit Wirtschaftsbezug überhaupt keine Wirtschaftsvertreter sitzen (89 Prozent). Daraus ergibt sich eine klare Unterrepräsentation. Das Format ver-säumt es gänzlich, unternehmerische Perspektiven in die Diskussion miteinzubinden.

#### Ressorts der Gäste bei „Anne Will“



Die Verteilung der eingeladenen Politiker bildet nicht die Zusammensetzung des Bundestages ab. Überrepräsentiert sind mit acht Vertretern und Vertreterinnen der Union (33,3 Prozent), was allerdings auch dadurch zu erklären ist, dass sie bei Anne Will als alleinige Oppositionsparteien eingeladen werden. Linke und AfD finden bei wirtschaftspolitischen Themen nicht statt. Bemerkenswert ist, dass die Kanzlerpartei SPD als stärkste Kraft der Ampelregierung und im Parlament bei wirtschaftspolitischen Sendungen mit vier Vertretern (16,7 Prozent) weniger Gäste stellte als die Grünen mit sieben (29,2 Prozent) und FDP mit fünf Vertretern und Vertreterinnen (20,8 Prozent).

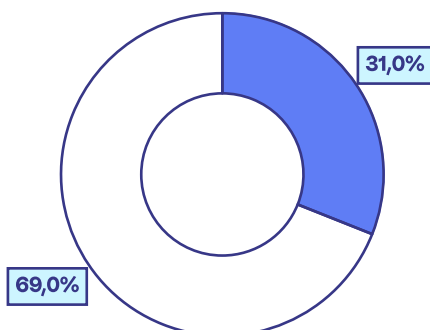
## Auftritte von Politikern bei „Anne Will“ nach Parteien



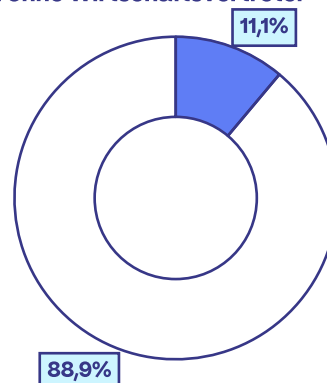
Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Gesamtlage hat sich das Format „Anne Will“ in nur 9 von 29 Sendungen mit Wirtschaftspolitik beschäftigt (31 Prozent). Das fällt insofern besonders auf, als dass in den Sendungen mit Wirtschaftsbezug, wie bereits erwähnt, keine Unternehmer zu Wort gekommen sind.

## Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft

- Wirtschaftliche Themen
- Sonstige



- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen mit mind. einem Wirtschaftsvertreter
- Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen ohne Wirtschaftsvertreter

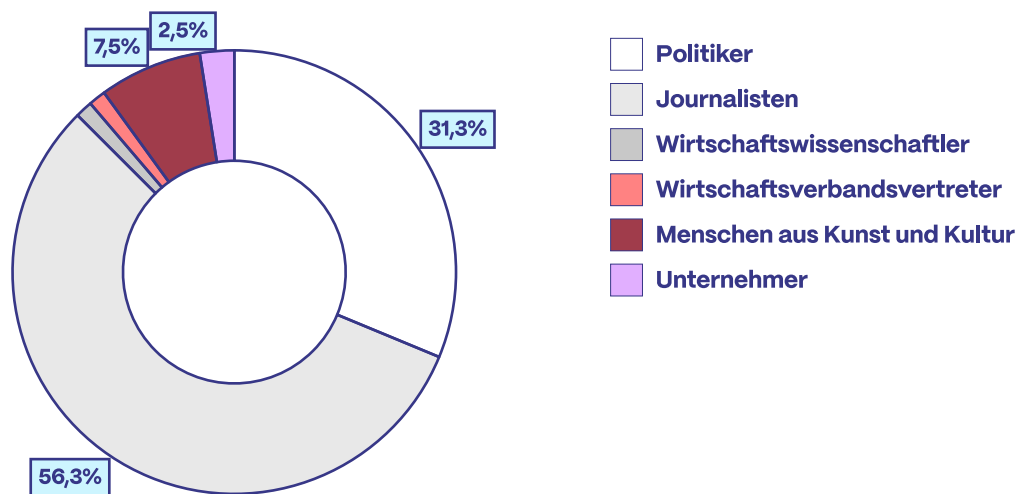


In der Analyse der Zusammensetzung der Gäste bei „Anne Will“ lässt sich erkennen, dass diese lediglich aus fünf verschiedenen Personengruppen eingeladen werden. Es diskutieren vorrangig theoretische Experten aus Politik und Wissenschaft über Wirtschaftsthemen.

## 3.4 Maischberger

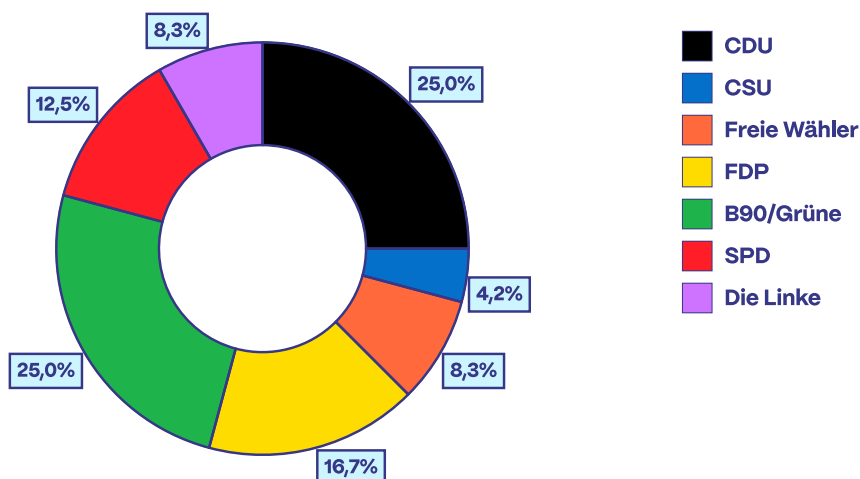
Die Gästestruktur der Sendung „Maischberger“ steht im leichten Kontrast zu den anderen untersuchten Formaten. Journalisten nehmen mit 45 Auftritten (56,3 Prozent) eine wesentliche Rolle ein und bilden den größten Anteil der Gäste, die sich im Rahmen wirtschaftlicher Themen äußern. Anders als bei den restlichen Formaten stellen Politiker und Politikerinnen mit 25 Auftritten (31,3 Prozent) nur den zweitgrößten Teil der Gäste dar. Wirtschaftsverbände und Unternehmen sind mit jeweils einem (1,3 Prozent) und zwei Auftritten (2,5 Prozent) schwach repräsentiert. Insgesamt ist der Anteil der Wirtschaftsvertreter mit 3,8 Prozent auffallend gering. Somit werden wirtschaftliche Probleme und Herausforderungen oft nur aus einer theoretisch-politischen Perspektive diskutiert.

### Ressorts der Gäste bei „Maischberger“



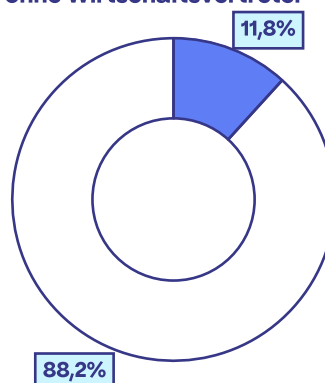
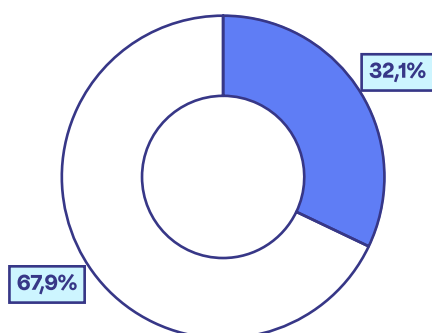
Auch bei Maischberger sind die Unionsparteien mit insgesamt sieben Auftritten (29,2 Prozent) am stärksten vertreten, gefolgt von den Grünen mit sechs Auftritten (25 Prozent). Dahinter befindet sich die FDP (vier Auftritte, 16,7 Prozent) und die stärkste Regierungskraft SPD mit nur drei Vertretern (12,5 Prozent). Auffällig hierbei ist, dass mit den Freien Wählern und deren zwei Auftritten (8,3 Prozent) auch eine Partei, die nicht im Bundestag vertreten ist, Gehör findet. Die Linke stellt ebenfalls zwei Vertreter (8,3 Prozent), während die AfD gar nicht vertreten ist.

### Auftritte von Politikern bei „Maischberger“ nach Parteien



Im Hinblick auf die Sendungsthemen nehmen auch hier wirtschaftliche Themen mit 17 von 53 ausgewerteten Sendungen eine vergleichbare Rolle wie bei den anderen untersuchten Formaten ein (32,1 Prozent). Auffällig dabei ist der geringe Anteil an Sendungen, in denen Vertreter aus der Wirtschaft zu Wort kommen. Das ist nur bei 2 der 17 Sendungen mit wirtschaftlicher Thematik der Fall (11,8 Prozent). Trotz der Regelmäßigkeit von wirtschaftspolitischen Themen in den Sendungen wird deutlich, dass es in den meisten Debatten an praktischer Perspektive fehlt.

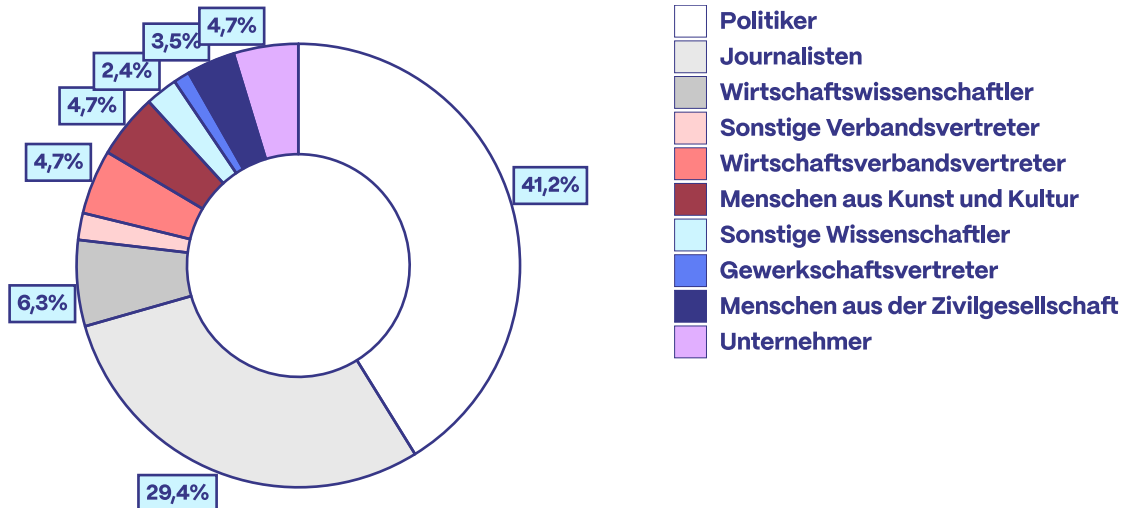
## Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft



## 3.5 Zusammenfassung der Talkshowformate

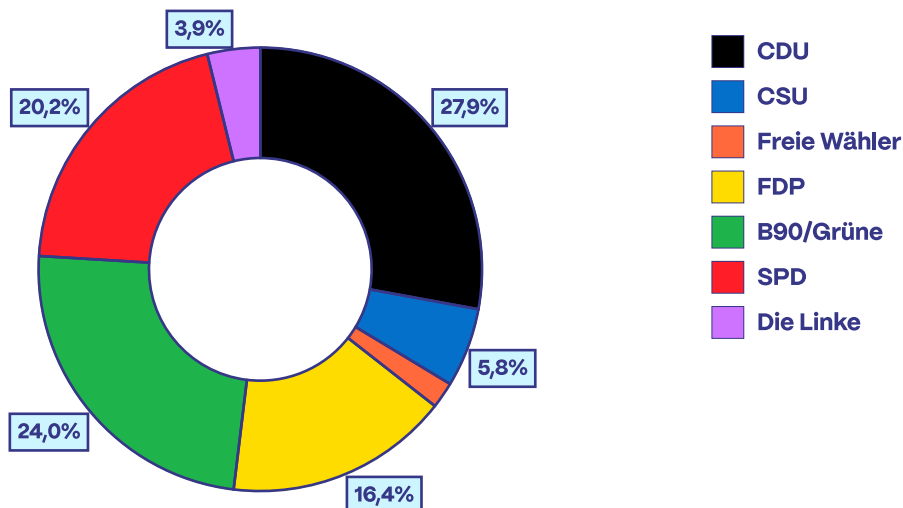
Erwartungsgemäß bilden Politiker mit insgesamt 105 Auftritten (41,2 Prozent) die größte Gruppe unter den Gästen in wirtschaftspolitischen Sendungen. Wenig überraschend ist außerdem, dass Journalisten mit 75 Auftritten (29,4 Prozent) die zweitgrößte Gruppe bilden. Wirtschaftsverbandsvertreter sowie Unternehmer spielen mit je 12 von insgesamt 255 Auftritten (je 4,7 Prozent) in den Sendungen eher eine kleine Nebenrolle. Insgesamt liegt der Anteil der Wirtschaftsvertreter somit bei nur 9,4 Prozent.

### Ressorts der Gäste bei Polittalkshowformaten



Den stärksten Gästeanteil unter den Parteien stellen CDU und CSU mit zusammen 35 Auftritten (33,7 Prozent). Von den Regierungsparteien sind bei wirtschaftspolitischen Themen am häufigsten die Grünen mit 25 Auftritten (24 Prozent) zugegen, gefolgt von der SPD mit 21 Auftritten (20,2 Prozent) und der FDP mit 17 Auftritten (16,4 Prozent). Politiker der Linken traten viermal auf (3,9 Prozent) und die Freien Wähler saßen zweimal (1,9 Prozent) auf den Stühlen der Talkshows. Die AfD kam nicht vor.

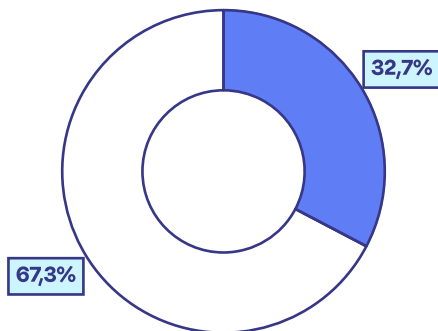
### Auftritte von Politikern bei Polittalkshows nach Parteien



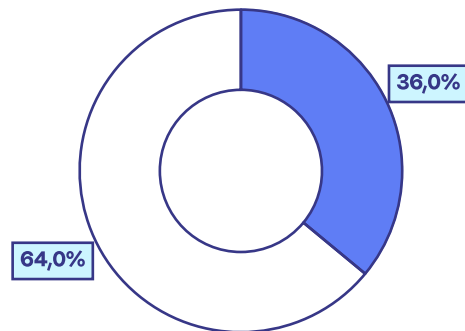
Bei den Sendungen stehen bei etwa einem Drittel Wirtschaftsthemen im Fokus. 50 von 153 Sendungen wiesen ein wirtschaftliches Thema auf (32,7 Prozent). Interessanterweise kamen in nur 18 der 50 (36 Prozent) wirtschaftsthematischen Sendungen Vertreter der Wirtschaft zu Wort.

## Wirtschaftliche Themen und Vertreter der Wirtschaft

■ Wirtschaftliche Themen  
□ Sonstige



■ Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen mit mind. einem Wirtschaftsvertreter  
□ Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen ohne Wirtschaftsvertreter



Der bemerkenswert große Anteil an Politikern verdeutlicht, dass Politiktalkshowformate als parteipolitische Foren fungieren. Sie ermöglichen die öffentliche Teilhabe an politischen Debatten und dienen Politikern als Instrument, ihre Themen und Positionen zu bewerben und diese auf die öffentliche Agenda zu setzen.

Mit Blick auf die Repräsentation der politischen Parteien lässt sich feststellen, dass die Unionsfraktion zwar durchweg die meisten Politiker in die Talkshows entsendet, die Ampel als Regierungskoalition jedoch zusammengezählt genau wie im Bundestag auch in den Sendungen die meisten Vertreter stellt. Auffällig ist zudem, dass einige Parteien wenig oder gar nicht bei wirtschaftlichen Themen zur Sprache kommen. Das trifft beispielsweise auf Die Linke zu, welche nur in zwei der vier Talkshowformate mit in der Diskussionsrunde sitzen durfte. Überraschend ist in dieser Hinsicht auch die Präsenz der Freien Wähler bei „Maischberger“, welche keine Sitze im Bundestag innehält. Die AfD wurde zu wirtschaftspolitischen Themen in keinem Format eingeladen.

Obwohl Deutschland sich 2023 in einer Rezession befand und die wirtschaftliche Entwicklung auch im Vergleich zu anderen Industriestaaten besonders schlecht verlief, haben sich nur etwa ein Drittel aller Sendungen mit Wirtschaftspolitik beschäftigt – am wenigsten „Maybrit Illner“ (30,8 Prozent), am meisten „hart aber fair“ (37,5 Prozent). Überraschend ist, dass sogar in diesen – relativ wenigen – wirtschaftspolitischen Sendungen die Vertreter der Wirtschaft nur schwach repräsentiert sind. Lediglich 24 von 255 Gästen (9,4 Prozent) bei wirtschaftspolitischen Sendungen sind Wirtschaftsvertreter. Zudem kommen nur in 18 von 50 wirtschaftsbezogenen Sendungen Wirtschaftsvertreter zu Wort. Es entsteht so das Risiko einer unausgewogenen Debatte rund um Wirtschaftspolitik.

## 4. Fazit und Handlungsempfehlungen

Die Unterrepräsentation von Wirtschaftsvertretern in Sendungen mit wirtschaftspolitischen Themen ist überraschend und erschreckend. Zugespitzt zusammengefasst: Die öffentlich-rechtlichen Talkformate reden über Wirtschaft, aber nicht mit der Wirtschaft. Ob der geringe Anteil an Wirtschaftsvertretern aus einem Mangel an Interessenten oder einer unausgewogenen Einladungskultur resultiert, ist unklar. Unabhängig davon ist es dennoch wünschenswert, den Anteil an Wirtschaftsvertretern in Sendungen mit Wirtschaftsthemen zu erhöhen, um zu mehr Meinungspluralität in den Debatten beizutragen und den Zuschauern ein ausgewogeneres und praxisnahes Bild zu präsentieren. Neben dem Fachwissen, das in den Formaten oft nur von Wirtschaftswissenschaftlern eingebracht wird, können Wirtschaftsvertreter eine praktische Perspektive in die Diskussion einbringen und Sachverhalte der Öffentlichkeit verständlich vermitteln. Ganz allgemein sollten die von Wirtschaftspolitik betroffenen Anspruchsgruppen, das sind im Regelfall Arbeitgeber wie Arbeitnehmer, durch mindestens einen Vertreter in wirtschaftsthematischen Sendungen zu Wort kommen und ihre Interessen vertreten lassen können.



# Impressum

Die Gästelandschaft in Polittalkshowformaten bei ARD und ZDF 2023

Herausgeber:  
INSM Initiative Neue Soziale  
Marktwirtschaft GmbH,  
Georgenstraße 22, 10117 Berlin

Geschäftsführer:  
Thorsten Alsleben

Kontakt:  
[info@insm.de](mailto:info@insm.de)

Redaktion & Grafik:  
INSM Initiative Neue Soziale  
Marktwirtschaft GmbH

Wissenschaftliche Bearbeitung:  
Darius Litwin, Florian Wilms

Veröffentlicht: Januar 2024

Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft ist ein überparteiliches Bündnis aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Sie wirbt für die Grundsätze der Sozialen Marktwirtschaft in Deutschland und gibt Anstöße für eine moderne marktwirtschaftliche Politik. Die INSM wird von den Arbeitgeberverbänden der Metall- und Elektroindustrie finanziert. Sie steht für Freiheit und Verantwortung, Eigentum und Wettbewerb, Haftung und sozialen Ausgleich als Grundvoraussetzung für mehr Wohlstand und Teilhabechancen.