

Kommentar: Mit alten Geschichten aus dem Sommerloch

Von Peter Schwerdtmann

Auch Recherche-Netzwerke wie das vom NDR, WDR und Süddeutscher Zeitung kennen offenbar das Sommerloch, in dem die Honorare zu sinken drohen, wenn sich kein Thema findet. Als neue Sau treiben sie heute das Knacken der Schließcodes an Fernsteuerungen von Autos durchs mediale Dorf. Sie und all die anderen Kollegen in den hochfeinen Nachrichtenredaktionen hätten sich den Atem sparen können, wenn sie die Arbeit ihrer Kollegen in den Fachredaktionen wahrgenommen hätten. Das Thema ist uralt, immer wieder von Fachmedien und sogar von Fernsehsendern - allerdings eher von privaten - aufgegriffen worden und inzwischen abgearbeitet.

Logischerweise ist Volkswagen als Nummer 1 von solchen Pannen am meisten betroffen. Die verkaufen eben am meisten. In Wolfsburg wird man sich nun fragen, ob das eine besondere Art des Nachtretens war. (ampnet/Sm)



Peter Schwerdtmann
