



Orientierungslos

Der britische Investor David Montgomery ist geschlagen, er flieht. Montgomery kam als grosse Gefahr für Deutschlands Medien und entpuppte sich als nützlicher Idiot. Weil er in allem ein bisschen marktradikaler war, ein bisschen massloser, diente der grosse böse Bube als vorzügliches Versteck für alle anderen. Nun kann sich die Heuchelei verziehen, und siehe da: Alle deutschen VerlegerInnen sparen seit Jahren. Für Synergien lassen sie bis in den letzten Winkel kriechen. Sie arbeiten mit Beratungsfirmen wie der Schickler-Gruppe zusammen, welche mit Hingabe Redaktionsarbeit in industrielle Fertigungsprozesse umwandelt. Die WAZ-Mediengruppe verabschiedet sich von RedaktorInnen und Lokalausgaben, Gruner & Jahr legt Wirtschaftstitel zusammen.

Haben sie nicht recht mit dem, was sie tun? Ihr bisheriges Geschäftsmodell ist im Prinzip tot. Die Printmedien erhalten seit Jahren weniger Anzeigen, verlieren KäuferInnen und meist auch LeserInnen. Dafür gibt es viele Gründe, einer ist ausschlaggebend: das kostenlose Informationsangebot im Internet. Was die BürgerInnen am Print noch hält, ist die Gewohnheit. Doch diese stirbt früher als die Hoffnung, es werde doch noch alles gut.

Nun aber sind die Versuche, sich die Medienkrise im Wortsinne zu ersparen, in eine neue Phase getreten. Die VerlegerInnen deformieren den Journalismus. Die WAZ-Mediengruppe hat die Dienste der Nachrichtenagentur dpa gekündigt – unter dem Beifall eines nennenswerten Teils der Fachöffentlichkeit, der tut, als werde hier ein Moloch abgeschüttelt, der die Redaktionen vom Journalismus abgehalten hätte. Die Dienste der dpa werden nach Auflage bezahlt; eine grosse Zeitung zahlt mehr, eine kleine weniger. Die reiche WAZ zieht sich aus diesem Solidarmodell zurück, das bisher kleineren Verlagen und Zeitungen ermöglichte, eine halbwegs leidliche nationale und internationale Berichterstattung zu bieten. Die Entscheidung der WAZ-Geschäftsführung ist ebenso rational wie in sich schlüssig: Der Konzern spart Geld und schwächt zugleich die kleinen Verlage, sodass

er sie anschliessend billiger einkaufen kann. Schrumpft da der böse Montgomery nicht zu einem süssen David?

Entscheidend ist dabei nicht, dass ein Manager eine solche Idee gut findet. Entscheidend ist, dass die verantwortlichen JournalistInnen des Konzerns stolz das Urheberrecht für sich reklamieren. Der wichtigste Chefredaktor der WAZ-Mediengruppe ist vor einiger Zeit zugleich Mitglied der

Eine neue Phase: Nun deformieren die VerlegerInnen den Journalismus.

Geschäftsleitung geworden. Und der neue Chefredaktor der «Westfälischen Rundschau», der diese Pläne mittragen muss, ist zugleich Bundesvorsitzender der JournalistInnengewerkschaft DJU – und will dies auch bleiben.

Diese Beispiele zeigen, wie JournalistInnen beim Versuch, der Krise der Zeitungen mit den Regeln der Betriebswirtschaft zu begegnen, förmlich aus der Rolle fallen, sodass nicht mehr klar ist, wer welche Verantwortung hat und wer welche Interessen vertritt. Es gibt

ihnen nicht einmal zu denken, dass die Geschäftsführungen und Eigentümer diesen Fehler nicht begehen. Die konzentrieren sich auf das Kerngeschäft: ihre Interessen durchsetzen.

Anderes gilt bereits als selbstverständlich: dass der Vorstandsvorsitzende des Springer-Konzerns in seiner «Welt» Leitartikel über die Bedeutung des Profits schreibt; dass der alte Patriarch Alfred Neven DuMont, der Montgomerys «Berliner Zeitung» gekauft hat, so nebenbei verkündet, seine «Frankfurter Rundschau» müsse in die Mitte rücken, wolle sie Erfolg haben; dass der junge Patriarch Jakob Augstein bei der linken Wochenzeitung «Freitag» – wenn auch nur vorübergehend – selbstverständlich Verleger, Geschäftsführer und Mitglied der Chefredaktion war.

Und so haben die JournalistInnen und VerlegerInnen keinen Blick für eine Aufgabe, die auch angepackt werden sollte: Die Mehrheit der Medien hat die Linie der marktradikalen Politik mitgetragen, die jetzt im Desaster endete. Um der eigenen Glaubwürdigkeit willen wäre es eine Unterhaltung über die Frage wert, was das über den Journalismus aussagt.

WOLFGANG STORZ war von 2002 bis 2006 Chefredaktor der «Frankfurter Rundschau».