

Die Meldung ging durch die Presse (Montag, 12. November 2018), sie dürfte aber eher „Fachleute“ aus dem Handel und den Medien interessiert haben, obwohl sie eigentlich uns alle angeht. Die digitale Technik, die wir doch angeblich mit allen Mitteln fördern müssen, eröffnet auch immer mehr Möglichkeiten für die Manipulation der Bürgerinnen und Bürger – sowohl in ihrer Rolle als Verbraucher als auch als Staatsbürger. Diese Entwicklung verläuft schneller, als das vielfach wahrgenommen wird.

Hier der aktuelle Anlass, um darauf aufmerksam zu machen:

Der Immobilieninvestor René Benko, Besitzer der Warenhauskette Karstadt, steigt ins Mediengeschäft ein. Der Österreicher erwirbt von der Funke Mediengruppe 49 Prozent an der WAZ Ausland Holding. Die Gesellschaft hält jeweils rund 50 Prozent an den beiden großen österreichischen Tageszeitungen „Kurier“ und „Kronen-Zeitung“. Dieser Vorgang ist als solcher schon der Beachtung wert. Er sollte aber auch als Signal verstanden werden, die Entwicklung in den „Medien“ genauer zu beobachten.

Funke ist seit 1987 in Österreich aktiv. Über die WAZ Ausland Holding hält sie 50 Prozent an der „Kronen Zeitung“, der größten österreichischen Boulevardzeitung, und knapp 50 Prozent an der „Kurier“. Die Signa Holding des österreichischen Unternehmers René Benko ist vor allem durch spektakuläre Immobiliendeals bekannt geworden. Zu dem Reich des Tiroler Immobilienkönigs gehören neben dem KaDeWe in Berlin das Alsterhaus und die Alsterarkaden in Hamburg auch die Alte Akademie in München. Außerdem gehört Karstadt zu Benkos Signa Holding, die nach der Fusion von Karstadt und Kaufhof mit 50,01 Prozent nun auch die Mehrheit an dem neuen Handelskonzern hält. Sein Privatvermögen wird auf rund 3,8 Milliarden Euro geschätzt. Nun steigt der 41-Jährige auch ins Mediengeschäft ein.

Das könnte Verwunderung auslösen und einen wirtschaftlichen Seitensprung vermuten lassen. Bei Lichte betrachtet handelt es sich aber um einen in unserem Wirtschaftssystem alltäglichen Vorgang. Dahinter steckt ein gut überlegtes Konzept. Im „Horizont“, einer führenden „Fachzeitung für Marketing, Werbung und Medien“, wird darüber in aller Offenheit berichtet:

„Wir freuen uns sehr, mit Signa einen starken Partner für unsere verlegerischen Aktivitäten in Österreich gefunden zu haben“, sagt Michael Wüller, Geschäftsführer der Funke Mediengruppe. „Mit neuer Kraft und Dynamik werden wir die starken Marken gemeinsam in die Zukunft führen, vor allem auch durch eine konsequente Digitalisierung.“

Und: diese Digitalisierung hat es dann in sich:

„Die Digitalisierung löst die Grenzen zwischen traditionellen Geschäftsmodellen auf. Handel, Information und Unterhaltung, aber auch das Wohnen und die moderne Welt der Arbeit – diese Bereiche lassen sich schon heute nicht mehr trennen. Wir investieren deshalb strategisch in Geschäftsmodelle, die breite Konsumentenschichten mit außergewöhnlichen Produkten und Leistungen überzeugen und ihre zukünftigen Bedürfnisse in der analogen wie der digitalen Welt ganzheitlich abbilden. Die Transformation starker Marken spielt da eine ganz wesentliche Rolle“, sagt René Benko zu dem Deal mit Funke. Benko kündigte an, er wolle mit Signa vor allem „unser starkes Know-How in der Digitalisierung traditioneller Geschäftsmodelle erfolgreich in die Partnerschaft einbringen. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit der Funke Mediengruppe, der Familie Dichand und der Raiffeisengruppe“.

Hier wird in ein bisschen Fachchinesisch beschrieben, wohin sich traditionelle Zeitungsverlage weiterentwickeln sollen. Werbung gehörte schon immer zum Geschäft. Mit dem Schritt von Benko wird aber ganz selbstverständlich angekündigt die Verknüpfung der Medien mit allen anderen elektronischen Werkzeugen des Informationstransports, der Werbung – zentral gesteuert zur perfekten Manipulation: eine durchgehende „Information“ von der Zeitungsseite bis zum Kaufhausregal und der Internetplattform. Damit wird der Journalismus, der ja eigentlich demokratie-begründend sein soll, noch mehr zum Spielball von Aktionen zur Steigerung der Kauflust, zur Hilfskraft für die Gewinnsteigerung.

Der Benko-Einstieg müsste ein Signal zum Aufbruch werden. Wenn Journalisten-Gewerkschaften, Verbraucherschützer und vor allem aufmerksame Demokraten nicht bald aufschreien, wird es zu einer verheerenden Beschädigung unserer Demokratie kommen – denn: wir stehen nicht erst am Anfang dieser Entwicklung, es handelt sich um eine schon stattfindende, nun sich noch mehr beschleunigende Entwicklung.

In dem gerade bei VSA erschienenen Buch „Vom Buchdrucker zum Medientechnologen“ schreibt Frank Werneke (stellvertretender ver.di-Vorsitzender und demnächst Nachfolger von Frank Bsirske):

„Die Zahl der Arbeitsplätze in den Tageszeitungsredaktionen sank von Anfang der 2000er Jahre bis heute von rund 21.000 auf jetzt nur noch etwa 14.000 Journalistinnen und Journalisten. Gleichzeitig sank die Zahl der Zeitungsmäntel und damit die Medienvielfalt drastisch. Bei DuMont kommen die Mantelinhalte aus der Redaktionsgemeinschaft, die

Hauptstadredaktion der Funke-Gruppe beliefert die Mäntel der WAZ (Westdeutsche Allgemeine Zeitung) ebenso wie des Hamburger Abendblatts, ungeachtet der jeweiligen regionalen Implikation, die eine bundespolitische Nachricht auf das jeweilige regionale Verbreitungsgebiet hat. Ähnlich sieht es bei den Zeitungen der Madsack-Gruppe aus. Medienkonzentration und der Ausbau der Verlage zu Multimediahäusern gehen einher mit Verlust an Vielfalt, Qualität und regionaler Berichterstattung. Gleichzeitig steigt der Druck in den Redaktionen kontinuierlich, da sich die Arbeitsprozesse nicht mehr am Redaktionsschluss vor Druckbeginn orientieren, sondern journalistische Inhalte rund um die Uhr für jedweden Vertriebsweg produziert werden sollen.“

Und ganz selbstverständlich schätzt er die weitere Entwicklung genau so ein: dass die „alte Druckindustrie“ über die Medienkonzerne zu einer allzuständigen elektronischen Zentrale wird. Diese Entwicklung wird nicht in dem notwendigen Maße beachtet, obwohl hier nicht nur wirtschaftliche Macht bündeln wird, sondern auch viele Stellräder zur Manipulation nicht zuletzt „der öffentlichen Meinung“ installiert sein werden.

Es ist ohnehin erschreckend, dass das Thema „Medien-Konzentration“ schon lange nicht mehr auf der Tagesordnung der Politik steht. Da gibt es Versuche der „Verleger“, die Öffentlich-Rechtlichen zu beschneiden. Aber das wird zusammenhanglos, ohne Blick auf die „Medienlandschaft“ ausgefochten. Die Frage, ob es inzwischen nicht notwendig sein könnte, „öffentlich-rechtliche Zeitungen“ herauszugeben, wird achtlos beiseite geschoben. Schon lange ist vorbei, dass Journalistinnen und Journalisten für Redaktionsstatute kämpften und Journalistengewerkschaften ein Presserechtsrahmengesetz forderten, um angesichts der Konzentration in den Printmedien die „innere Preisfreiheit“ und damit ein grundlegendes Element unserer Demokratie zu retten. Heute haben wir eine um ein Vielfaches höhere Medienkonzentration und einen sich verschärfenden Aufbau einer Manipulationsindustrie – aber niemand kümmert sich darum. ...

*Hermann Zoller*

**Weitere Informationen:** Wer einen Eindruck vom Stand der Pressekonzentration gewinnen möchte, [kann sich hier und auf den folgenden Seiten informieren](#).