



Abstimmung mit dem Geldbeutel: Aus Journalisten werden Sozialfälle

✘ Seit Erscheinen des Buches „Gekaufte Journalisten“ von Udo Ulfkotte veröffentlicht PI, mit Einverständnis des Autors, einzelne Kapitel aus dem Werk, so auch heute. Davor aber noch ein Hinweis: Wie Herr Ulfkotte PI mitteilte wurde seine private [Facebookseite](#) gesperrt. Die hanebüchene Begründung für den „Fall #215048512“ ist, Udo Ulfkotte sei keine „echte Person“. Der Autor hat Facebook daraufhin eine Kopie seines amtlichen Lichtbildausweises zukommen lassen. Bisher gibt es aber keine Reaktion, die Seite bleibt blockiert.

Wer also Herrn Ulfkotte schon einmal in einem Interview, bei einer Lesung oder sonst wo gesehen hat oder ihn gar persönlich kennt, könnte vielleicht dem Unternehmen mitteilen, dass es sich bei Herrn Ulfkotte um eine echte Person handelt, um so dieses „Missverständnis“ aufzuklären. Liebe Leser, wir bitten Sie im Sinne des Autors, um eine sachliche und höfliche Ausdrucksweise.

Auszug aus dem Buch „Gekaufte Journalisten“ – Abstimmung mit dem Geldbeutel: Aus Journalisten werden Sozialfälle:

Stellen Sie sich vor, in einem Land würden binnen weniger Monat 25 Prozent der Bevölkerung auswandern. Und keine Steuern mehr zahlen. Und der Trend würde anhalten. Dann ist das Land

schneller am Ende als man zuschauen kann. Genauso ergeht es derzeit deutschen Leitmedien. Jene, welche ihre Arbeit finanzieren, wenden sich in Scharen ab. Sie stimmen mit dem Geldbeutel ab. Im Juli 2014 berichtete ein Fachmagazin über die kaum noch zu glaubenden dramatischen Verluste am Kiosk im zweiten Quartal des Jahres:

FAZ, DIE WELT und HANDELSBLATT verloren am Kiosk jeweils im zweistelligen Prozentbereich. Dabei büßten WELT und HANDELSBLATT ein Fünftel und die TAZ sogar ein Viertel ihrer Käufer ein! Das HANDELSBLATT setzt im Einzelverkauf noch 5.000 Exemplare ab, bei der TAZ sind es mittlerweile weniger als 4.000 Stück.

Diese Entwicklung setzt sich ununterbrochen fort. Die Leitmedien bekommen jetzt die Quittung von der Bevölkerung. Im Klartext: Die „Qualitätsmedien“ ersticken am eigenen Erbrochenen. Mit dem Internet, wie gern behauptet wird, hat das nichts zu tun. Denn die Menschen könnten ja in Massen die elektronischen Ausgaben der „Qualitätsmedien“ abonnieren, tun sie aber nicht. Weil sie die dort veröffentlichte subversive Propaganda endlich satt haben.

Etwa seit der Jahrtausendwende erlebt die deutsche Medienlandschaft parallel dazu die größte Entlassungswelle der Geschichte. Selbst die Bundesagentur für Arbeit gestand schon 2012 völlig hilflos, dass ein Medienhaus nach dem anderen vor der Insolvenz steht und „Qualitätsjournalisten“ in Massen auf der Straße sitzen. Die Prognose: Von jetzt an wird bis 2022 jeder siebte Journalist seinen Arbeitsplatz verlieren. Dabei wurde ja schon kräftig mit dem Besen in den Redaktionen gekehrt. Zeitungsjournalist wird wie der einst Schuster oder Sattler zum aussterbenden Beruf. Aus Journalisten werden Sozialfälle.

Der Rheinische Merkur wurde 2010 nach Millionenverlusten eingestellt. Und dann ging es Schlag auf Schlag. Die Financial

Times Deutschland (FTD), gegründet 2000 vom Hamburger Medienhaus Gruner + Jahr, war aus Sicht der Eliten eines der renommiertesten deutschen Wirtschaftsblätter. Das politisch links angehauchte Blatt mischte sich offensiv in die Politik ein und gab als Wirtschaftszeitung sogar Wahlempfehlungen, zur Europawahl 2009 etwa für Bündnis90/Die Grünen. Umjubelt und wahrgenommen wurde das offenkundig nur im eher linken Establishment – die FTD-Journalisten arbeiteten in Wahrheit eher für den Papierkorb als für eine große Leserschaft. 2012 kam das, was kommen musste – das Aus. Und 300 FTD-Journalisten verloren ihren Job. Das ebenfalls von Gruner + Jahr herausgegebene Wirtschaftsblatt Capital (gegründet 1962) hatte im Jahr 2000 noch eine Auflage von 293.000 Heften und im Jahr 2014 etwa 137.000 – also weit mehr als eine Halbierung der Auflage. Auch dort sieht die Zukunft nicht rosig aus. Das 1980 gegründete Unternehmermagazin Impulse, ebenfalls herausgegeben von Gruner + Jahr, wurde im Januar 2013 abgestoßen. Allein die Financial Times Deutschland hat dem Verlagshaus Gruner + Jahr einen Verlust von 250 Millionen Euro beschert.

Erinnert sei an dieser Stelle immer wieder daran, dass Journalisten und Medienhäuser Geld einspielen und nicht etwa verbrennen sollen. Aber genau das tut die Mehrheit von ihnen seit Jahren. Die Frankfurter Rundschau, gegründet 1945, und von Anfang an politisch auf Linkskurs, machte im Jahr 2012 rund 19 Millionen Euro Verlust und 2011 sogar 20 Millionen Euro. Das Konzept, eine reine SPD-nahe Zeitung zu sein, war gescheitert. Nach 66 Jahren ging 2011 erst die Geschichte der FR als überregionaler Zeitung zu Ende (der überregionale Teil wurde fortan in Berlin gemacht) und 2013 kamen das Aus und die Übernahme. Dazwischen standen Massenentlassungen. Nur eine Handvoll Redakteure wurden übernommen – der Rest landete auf der Straße. Die einst renommierte FAZ hat gerade noch 208.000 zahlende Abonnenten und schreibt tiefrote Zahlen, Gehaltserhöhungen wurden gestrichen. Die FAZ steht am finanziellen Abgrund.

Die „Abendzeitung Nürnberg“ wurde 2012 nach 93 Jahren eingestellt – 35 Mitarbeiter waren betroffen. Die Münchner Abendzeitung – ebenfalls ein Traditionsblatt – stellte im Frühjahr 2014 Insolvenzantrag. Sie hatte 70 Millionen Euro Verluste angehäuft. 115 Mitarbeiter standen von heute auf morgen vor einer ungewissen Zukunft. Die WAZ-Mediengruppe kündigte im Januar 2013 an, die Redaktion der Zeitung Westfälische Rundschau zum Februar 2013 komplett zu schließen. Sie hatten innerhalb von fünf Jahren 50 Millionen Euro Verluste eingefahren. Der Bonner General-Anzeiger schloss zum 31. Dezember 2013 sein Korrespondentenbüro in Berlin – um rund 400.000 Euro pro Jahr zu sparen. Drei Korrespondenten verloren ihren Job. Im März 2014 kündigte die Westdeutsche Zeitung (WZ) an, die Zahl der redaktionellen Mitarbeiter von 100 auf 50 halbieren zu wollen. Im Mai 2014 wurden bei der Leipziger Volkszeitung 36 Redakteursstellen gestrichen.

Keiner der von Massenentlassungen betroffenen Journalisten machte sich Gedanken darüber, warum es so gekommen ist. Alle machten sich Gedanken darüber, wie man der Bevölkerung zwangsweise die alten Zustände wieder aufzwingen könnte – etwa mit einem „Zeitungswiederbelebengesetz“, nach dem Journalisten der „Qualitätsmedien“ staatlich über Steuern subventioniert werden. Auch die Chefs der Medienhäuser erkennen offenbar nicht, was da passiert. Ein besonders krasses Beispiel dafür ist FAZ-Mitherausgeber Werner D`Inka. Ganz grundsätzlich hält der FAZ-Herausgeber Werner D`Inka in einem Kommentar zum Aus der Frankfurter Rundschau fest: „Und wenn die letzte anständige Zeitung verschwunden ist, bleibt nur noch das Geschwätz.“

Was nicht gedruckt wird, ist aus der Perspektive eines FAZ-Herausgebers also „Geschwätz“. Was ist das nur für ein antiquiertes Weltbild aus dem letzten Jahrtausend? Ich habe als junger FAZ-Redakteur in den 1980er-Jahren noch neben meinem damaligen Kollegen D`Inka in der FAZ-Redaktion gestanden, als noch in Blei gesetzt wurde. Und wir haben

gemeinsam das Ende der Blei-Zeit miterlebt. Aber seither hat sich die Medienlandschaft doch gewaltig verändert. Aber Journalismus ist für D'Inka offenkundig auch weiterhin nur Journalismus, wenn er (auch) gedruckt wird. Solche Führungskräfte bereiten ihre Mitarbeiter nicht ausreichend auf den digitalen Wandel vor. Denn sie stellen sich diesem Wandel ja selbst nicht, sie wollen ihn einfach wegnegieren. Das wird nicht funktionieren. Kann man rückwärts nach vorne gehen? Nein, ganz sicher nicht. Wen wundert es da, dass die einst wohlhabende Frankfurter Allgemeine Zeitung mit solchen Führungskräften ebenfalls direkt auf die große Pleite zusteuert?

Dabei haben viele Journalisten offenkundig keine allzu große Meinung von ihrer eigenen Arbeit. Zumindest würden sie dafür keinen Cent bezahlen. Da berichtet ein Portal über das Ergebnis einer Umfrage unter 1300 Journalisten:

Überraschend ist allerdings, dass viele Journalisten vom Wert ihrer Arbeit oder der Medien, bei denen sie hauptberuflich arbeiten, nicht überzeugt sind. 38 Prozent sagen nämlich, sie würden kein Geld für das Lesen der Online-Ausgabe ihres Mediums bezahlen wollen, nur 44 Prozent „signalisierten Zahlungsbereitschaft“ – wie gesagt: für ihr eigenes Medium. 17 Prozent wissen es nicht oder machen keine Angabe.

Wenn die Journalisten also schon selbst nicht von ihrer Arbeit überzeugt sind und dafür nicht bezahlen würden, wie können sie das dann von ihren Kunden erwarten?

» Mehr Infos zum neuen Ulfkotte-Buch [hier](#), Bestellmöglichkeit auch [hier](#).