



DRITTES GEBOT: "MINDESTENS EINMAL LAUT LACHEN..."

PI-NEWS Exklusiv: Die Zehn (fünf!) Gebote von BILD

Von PETER BARTELS | Der junge Mann am Kreuz hat vor über 2000 Jahren einen Satz gestöhnt, den die Welt immer noch gern missbraucht: "Herr, vergib ihnen, denn sie wissen nicht, was sie tun..." Auf BILD passt er sogar verballhornt: Axel, vergib ihnen ...

Julian Reichelt, der "Chefredakteur der Chefredakteure", hat seinen Landesfürsten (Regionalchefs) einen großen Aufsteller fürs Büro geschickt. In Schlagzeilengröße drauf, die neuen 5.Gebote für BILD. Dreimal schwarz, zweimal Weiss, Untergrund immer rot. BILDrot:

Erstes Gebot

„Der Leser ist klug!

Wir versprechen nicht mehr, als wir halten können.“

Zweites Gebot

„Wir blicken durch die Augen der Leser auf die Welt der Leser!“

Drittes Gebot

„Jede BILD lässt den Leser mindestens einmal laut auflachen!“

Viertes Gebot

*„Wir bieten dem Leser seine Leserlieblinge!
Alle anderen sind C-Promis.“*

Fünftes Gebot

„Auf der Seite 1 setzen wir im Zweifel auf die Zeile, die verkauft!“

Es ist nicht überliefert, ob ein verpennter Werbeheini diese fünf Gebote in Karton gemeisselt hat. Oder irgendein Kriegsheld namens Paolo. Oder gar der Finger des vergotteten Dschuliän himself, wie einst der Herr in Hollywoods “Zehn Gebote”.

Denn das letzte, das fünfte BILD-Gebot, IST wirklich das “LETZTE”: Was, wenn nicht die “Zeile” (Schlagzeile), also die beste Story des Tages, soll BILD “verkaufen”? Natürlich hält jeder Ochse, jedes Blömscher, jede Krakel ihre Story für die beste. Wenn sie denn mal eine haben.

Früher hatte jeder jeden Tag eine zu haben. Nicht vom Ticker, dem ewig ratternden Fernschreiber, wie Volontäre glaubten... Nicht von AP, UPI, AFP, den Nachrichtenagenturen, wie Frühschoppen-Plauderer gewohnt waren ... (dpa hatte schon früher selten eine!).



Die fünf Gebote
der BILD!

SCHLAGZEILEN kamen aus dem Telefon. Oder vom TV. Manchmal auch aus der Politik. Wenn erst die Mauer umfiel, dann Kohl ... Oder SPD-Genossen mit einer Gräfin im Meer planschten ... Wenn Stars wie Carrell, Kuli oder Juhnke irgendwo die Sau raus liessen... Barden, wie Freddy, Roy Black oder Peter Alexander aus dem Halse schnulzten...

Geblödelt und gedödelt

Das war Arbeit, aber auch Auflage. Heute, im Zeitalter der vernetzten Schlafzimmer, wimmelt es überall von Schlagzeilen. Auf Facebook, Twitter, Youtube. Leider nicht in BILD. Stattdessen Tischtennis mit Wallraff, Kriegs-Tee in Syrien, Tischfußball im Club. Und sechs Stunden Konferenz – von 10 Uhr bis 16 Uhr. Da wird geblödelt und gedödelt. Gedacht? Geschrieben? Je nun ...

Dabei lautet angeblich schon das erste Gebot: "Der Leser ist klug"... Satire? Verhöhnung! In Wahrheit glaubt das bei BILD natürlich keine Sau mehr (nicht nur dort nicht). Ein

“Chefredakteur” namens Kaischi Diekmann offensichtlich sogar 15 Jahre nicht. So schaffte der Totengräber tatsächlich, was nicht mal Wallraff schaffte: BILD von fast fünf Millionen auf weniger als zwei Millionen runter zu buddeln. Die dritte Million klönten und klotzten seine “Ziehkinder” Tanit Koch und Julian Reichelt in nur knapp zwei Jahren zum Exodus.

Jetzt steht das Blatt offiziell kurz vor der allerletzten Million. Wer dem Rechenschieber von Springer-Häuptling Döpfner glaubt. Wer eher Roland Tichy folgt – ehemals Chefredakteur der WIRTSCHAFTSWOCHE, heute mit Tichys Einblick erfolgreicher Blogger, wie Broders ACHGUT, PI-NEWS und JOUWATCH – kommt auf grausamere Zahlen...

Die Tricks der Zeitungen mit der Auflage

Tichy hat am Beispiel HANDELSBLATT nach- und vorgerechnet, wie heute Auflage “gemacht” wird. Beim Handelsblatt etwa so: Gesamt: 130.864, davon Abo Papier: 43.783, Abo ONLINE: 42.189, Kiosk, Tanke, Aldi: 3355! Ein Plus von zwei Exemplaren, nochmal: zwei! Dazu die unvermeidlichen “Bord-Exemplare”, natürlich; halb oder total hergeschenkt. Tichy sarkastisch: “Minus am Kiosk, plus in der Statistik.” Nun ja, Kollege: Not lehrt rechnen ...

Für BILD bedeutet die Tichy-Formel: Fi-na-le, ohohohooo. Denn abzüglich der längst in die Gesamtauflage (gemeldet: 1.422.828) reingetrichterten “Auflagen” von BZ, Fußball-BILD und Bordexemplare (also rund 270.000), stecken danach auch bei BILD längst die geprahnten 300.000 ONLINE-Abos drin. Die nackte Wahrheit nach der T-Formel: Nur noch um die 850.000 BILD-Papier-Käufer! Schallmauer durchbrochen, die letzte Million weg. Das Blatt wäre wieder da, wo Springer vor 66 Jahren anfang: Die ersten Tage 800.000 zum Nulltarif, dann 10 Pfennig. Heute kostet BILD 1 Euro, 20 Mal soviel...

Hähme hin oder her: Wie konnte es so weit kommen? Die Antwort ergibt sich aus dem zweiten Gebot: “Wir blicken durch die

Augen der Leser auf die Welt der Leser". Schon wieder Satire? Verarsche!! Hätte BILD die Welt die letzten 17 Jahre wirklich mit den Augen der Leser (von SPD bis CDU) gesehen, würde das Blatt heute noch drei Millionen verkaufen. Mindestens. Der angebliche Auflagendieb Internet wäre mit zwei Millionen immer noch fürstlich bedient ...

BILD weit weg von den Lesern

Also mit den Augen der Leser: Ja zu Trump. Ja zu Putin. Ja zur AfD. Aber auch: Nein zu Merkel. Nein zu Drehhofer. Nein zur GruKo. Nein zum Deutschland-Hasser Deniz Yücel. Nein zum Kernkraft-Ende. Nein zu Windmühlen. Nein zur Klima-Lüge. Und: Nein zum "größten Kriegstreiber des 21. Jahrhunderts" – Julian Reichelt, Chefredakteur.

Ahnt jemand, was das für Friede und ihre Rechenkünstler bedeuten würde: 80 Prozent Personal raus! Das läppert sich bei 15.000 Mitarbeitern. Und natürlich könnte die Abfindungen nur einer wie Soros bezahlen. Also wird Döpfner weiter auf Rentner hoffen und in Internationalen Rublikenanzeigen Autos und Immobilien verkaufen. Zusammen mit den Beteiligungen an Digitalgeschäften und "Plattformen" sorgt das Netz eh längst für 70 Prozent des Geschäfts. Papier- und Online-Zeitungen? Krümel. Womit wir beim dritten Gebot wären: "BILD läßt jeden Leser mindestens einmal laut auflachen..."

Der Letzte macht das Licht aus!



Ex - BILD - Chef
Peter

Bartels.

[PI-NEWS-Autor Peter Bartels](#) war zusammen mit Hans-Hermann Tiedje zwischen 1989 und 1991 BILD-Chefredakteur. Unter ihm erreichte das Blatt eine Auflage von 5 Millionen. In seinem Buch [„Bild: Ex-Chefredakteur enthüllt die Wahrheit über den Niedergang einer einst großen Zeitung“](#), beschreibt er, warum das einst stolze Blatt in den vergangenen Jahren rund 3,5 Millionen seiner Käufer verlor. Zu erreichen ist Bartels über seine [Facebook-Seite!](#)