

► von Dirk C. Fleck / Autor des Buches "DIE VIERTE MACHT"

■Nie zuvor in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland waren die Medien-Gaukler so ratlos unter der Zirkuskuppel wie heute. Soll man sich darüber freuen oder muss man Sorge tragen? Wohl beides. Freuen darf man sich darüber, dass ein verhängnisvolles Geschäftsmodell sich offensichtlich seinem Ende zuneigt. Wer der Meinung ist, dass das Mediengeschäft in erster Linie ein Geschäft ist und dass ein Verlag nichts anders geführt werden sollte als eine Schraubenfabrik, selbst wenn in ihr an den Stellschrauben unserer Gesellschaft gedreht wird, hat sich die aktuellen Umsatzeinbußen redlich verdient.

Die Ökonomisierung unseres Berufes durch viele Verlagsmanager, die sich ausschließlich an der Rendite messen ließen, war der Anfang einer Fehlentwicklung, die den Journalismus zum Konsumgut degradiert hat. Dumm nur, dass die Klientel im Zirkus Maximus, die man sich auf billigstem Unterhaltungsniveau heran gezüchtet hat, inzwischen selbst in arge Zahlungsschwierigkeiten geraten ist, was die werbetreibende Wirtschaft nun davon abhält, in gewohnter Weise in Anzeigen zu investieren. Betroffen sind in erster Linie die Printmedien. Da helfen den Zeitungen auch die zahlreichen Onlineangebote nicht weiter, die mit ihren niedrigen Einnahmen keine Ausfallbürgschaft antreten können. Ein Großteil des Werbekuchens wird inzwischen durch branchenfremde Akteure wie Suchmaschinen, Social Media und Telekommunikationsunternehmen abgezogen.

Wohl gemerkt, wir reden hier ausschließlich von der Krise des Informationsjournalismus, von der vierten Macht im Staate. Und da muss man sich in der Tat Sorgen machen. Schließlich lässt sich an den Geschäftsmodellen, die Dienstleistungen und Merchandising an journalistische Plattformen binden, eine höchst unerfreuliche Nebenwirkung ablesen: die Erosion der redaktionellen Unabhängigkeit. Ein hohes Gut in der Demokratie, dessen Zerfall von den Medien selbst betrieben wird. Durch den Abbau von Korrespondentennetzen und Ressorts zum Beispiel, durch die Schaffung sogenannter Zentralredaktionen für verschiedene Zeitungen, durch die Hörigkeit gegenüber der Marktforschung und nicht zuletzt durch eine „zielgerichtete“ Ausbildung des Journalistennachwuchses.

❖ [\[1\]](#) [weiterlesen](#) [\[2\]](#)

Quell-URL: <https://kritisches-netzwerk.de/content/eine-orgie-der-anpassung-die-krise-des-informationsjournalismus?page=43#comment-0>

Links

[1] <http://www.kritisches-netzwerk.de/forum/klage-gegen-israels-regierungschef-netanjahu-chile-eingereicht> [2]
<http://www.kritisches-netzwerk.de/forum/eine-orgie-der-anpassung-die-krise-des-informationsjournalismus>