



Foto: Christian Ditsch/Version

# Monopoly à la Tirol

## Oder: Lasst tausend Blumen blühen und hundert Gedankenschulen miteinander wetteifern!

*„Jedermann hat das Recht auf Freiheit der Meinung.“ Das sagt uns die berühmte Menschenrechtserklärung von 1948. Es gibt also einen rechtlichen Anspruch auf eine freie Meinung, nicht jedoch einen Anspruch auf ein freies Coca Cola, einen freien Opel Kadett oder ein freies Paket Persil. Und dieser Unterschied ist gewaltig. Bei der Meinungsfreiheit geht es um Menschenrechte. Und die Menschenrechte sind wichtiger als das Recht auf freien Warenverkehr oder freie Berufsausübung. JÖRG BECKER*

**W**arum? Unterschiedliche Meinungen, unterschiedlicher Geschmack und unterschiedliche politische Vorstellungen bilden das Rückgrat dafür, dass wir unterschiedliche Parteienvertreter in Parlamente wählen. Wir nennen das Demokratie. Und eine Demokratie braucht zum Überleben den Atem verschiedener Meinungen, nicht aber den Unterschied zwischen vierundvierzig verschiedenen Cornflakes-Sorten oder den zwischen Pepsi und Coca.

Während wir auf der einen Seite schon morgen oder übermorgen bei Aldi oder

Hofer über die fünfundvierzigste Cornflakes-Sorte stolpern können, nehmen auf der anderen Seite unterschiedliche Meinungen immer mehr ab. Ich spreche hier darüber, dass Zeitungen Meinungsbildung betreiben, ich spreche von Medien- und Zeitungsvielfalt und darüber, dass eine zunehmende Zeitungskonzentration die Vielfalt von Meinungen kaputt macht. Das gilt für Deutschland genauso wie für Österreich. Während der technokratische Wirtschaftsminister Wolfgang Clement in Berlin zur Zeit das Pressefusionsgesetz – gegen den Ratschlag aller Fachleute – so ändern

will, dass die großen Zeitungen größer und die kleinen kleiner werden, sieht dieses Spiel in Österreich nicht viel anders aus. Den österreichischen Pressemarkt beherrscht bekanntermaßen und mit ungeheuerlicher Macht und Größe die Westdeutsche Allgemeine (WAZ) aus Essen, seit Anfang 2002 mit Clements altem „Spezi“ Bodo Hombach als neuem Geschäftsführer an der Spitze. Es ist durchaus pikant zu sehen, dass mit den beiden eng befreundeten Politikern Clement und Hombach ausgerechnet zwei ursprüngliche Journalisten und SPD-Politiker die Negativspirale der europäi-

schen Medienkonzentration höher und höher schrauben!

Österreich ist in der EU nicht nur eines der Länder mit der höchsten Pressekonzentration, es ist zugleich eines der Länder mit der qualitativ schlechtesten Presse. Und sicherlich muss die Frage erlaubt sein, ob es dazwischen vielleicht einen Zusammenhang gibt. Während WAZ-Geschäftsführer Hombach gerade auf dem Balkan unterwegs ist und säcke-weise Zeitungen und Rundfunkstationen aufkauft – die Politika in Belgrad, die EHP-Zeitungsgruppe in Zagreb, die Dnevnik in Novi Sad oder die Trud in Sofia –, da wissen gerade die Österreicher und besonders die Verlegerfamilie Dichand recht gut, um was es bei diesem Poker geht: Seit langem gehören der WAZ-Gruppe 50% der Krone und fast 50% des Kurier und beide zusammen bilden den berühmt-berüchtigten Druck- und Vertriebsriesen, die Mediaprint in Wien. Das ist schon mehr als „funny“: Da beherrscht also ein deutscher Zeitungskonzern die Zeitungslandschaft in Österreich, und zwei zur gleichen Gruppe gehörende Boulevard-Zeitungen machen sich gegenseitig Konkurrenz. Die Nationalkonservativen in Österreich wird's nicht freuen. Aber in Bezug auf seine Presse lässt sich Österreich in Europa nur noch mit der laut an die Türen der EU anklopfenden Türkei vergleichen. Dort ist es die mächtige Doğan-Medien-Gruppe, die mehr als 80% des türkischen Zeitungsmarktes im Griff hat und auf dem sich zwei Boulevardzeitungen dieses Doğan-Konzerns gegenseitig Konkurrenz machen, nämlich Hürriyet und Milliyet.

Wie sagt doch der Volksmund? „Wie der Herr, so's G'scherr“ oder „Der Fisch stinkt vom Kopfe her“ oder „Was Media-print kann, kann Athesia schon lange“. Nachdem sich im Dezember 2002 der deutsche Medienkonzern Axel Springer von der Tiroler Tageszeitung (TT) zurückgezogen hatte, übernahm das Südtiroler Medienhaus Athesia dessen Anteile bei der Moser Holding AG in Innsbruck. Ist die Athesia mit ihrem Chef Dr. Michl Ebner in Südtirol der dort alles beherrschende Medienkonzern (Dolomiten, Do Puschtra, Burggräfler, Was, Zett-Volksbote, Plus-Minus, Katholisches Sonntagsblatt, Die Frau, Der Schlern), so ist es in Tirol die Moser-Holding (TT, Schlüssel-Verlag, West GmbH, Anteile am Print-Verlag, Anteile am Regionalradio RRT). Beklagt sich für Südtirol Reinhold Messner mit den Worten: „Das Gefühl, in einem Einparteiensystem mit synchronisierter Medienmaschine gefangen zu sein, ist auf Dauer schwer erträglich“, so beklagt der Innsbrucker Hochschullehrer Prof. Dr. Fritz Plasser die österreichische Presselandschaft mit folgenden

Sätzen: „Die ökonomischen Wettbewerbsstrukturen sind durch Kapitalverflechtungen und Konzernverschachtelungen in einem hohen Ausmaß konzentriert, kartelliert und verzerrt.“

Während sowohl Michl Ebner als auch TT-Chef Claus Reitan das Zusammengehen beider Verlagshäuser mit dem Argument der Qualitätssteigerung begründeten, stellt sich genau diese Frage nach der journalistischen Qualität von TT, der NEUEN und von www.tirol.com immer dringlicher.

## *Österreich ist in der EU nicht nur eines der Länder mit der höchsten Pressekonzentration, es ist zugleich eines der Länder mit der qualitativ schlechtesten Presse.*

**Erstes Beispiel** vom 5. Oktober 2004 in der NEUEN: Da gibt es eine Kinokritik des neuen Spielberg-Films „The Terminal“. Frage nach der journalistischen Sorgfaltspflicht: Am 5. Oktober war der Film noch nicht angelaufen und es hatte auch noch keinen Presse-Kinotermin gegeben. Woher hatte der Filmkritiker bereits zu diesem frühen Zeitpunkt seine Filmkenntnisse?

**Zweites Beispiel** vom 11. Oktober 2004 im Wirtschaftsteil der TT: Da heißt es: „Sonntagssturm auf Wörgler Media Markt. Belagert und erstürmt wurden am Sonntag Media Markt und Hervis in Wörgl. Tausende Tiroler und Bayern wurden zu Schnäppchenjägern. Um Punkt 10.10 Uhr öffnete der Media Markt im sogenannten Westend seine Tore. Recht diszipliniert standen bereits lange vorher die Kunden Schlange. „Um acht Uhr bin ich hergefahren, weil ich mir dieses Angebot nicht entgehen lassen möchte.“ Fragen: Ist das eine Reportage? Ist das eine bezahlte Anzeige des Wörgler Media Markt? Warum steht dieser Artikel im Wirtschafts- und nicht im Lokalteil?

**Drittes Beispiel** vom 15. Oktober 2004 aus der elektronischen Zeitung www.tirol.com: Da gibt es auf der Startseite einen Artikel mit der Überschrift „Raubüberfälle im Familienverband. Fünf Chilenen haben sich darauf spezialisiert, ältere Personen auszuspionieren und anschließend auszurauben.“ Drei Geschichten weiter heißt es: „Drei Jahre

Gefängnis für Vergewaltiger. Das Innsbrucker Oberlandesgericht gab der Berufung eines 26-jährigen Türken keine Folge.“ Für Deutschland hat der frühere Verfassungsrichter Prof. Dr. Dr. Helmut Simon bereits 1993 in einem Gutachten für den Zentralrat Deutscher Sinti und Roma festgehalten, dass Medienhinweise auf die ethnische Volkszugehörigkeit von Beschuldigten dann verfassungswidrig seien, wenn für eine solche „Erwähnung nicht ausnahmsweise ein zwingend sachbezogener Anlass besteht.“ Und auch Richtlinie 12 des Pressecodex des Deutschen Presserates sagt aus, dass in der Medienberichterstattung die Zugehörigkeit eines Verdächtigen zu einer Minderheit nur dann erwähnt werden sollte, „wenn diese Information für das Verständnis des berichteten Vorgangs von Bedeutung ist.“ Fragen: Kennt www.tirol.com diese (eigentlich selbstverständlichen) ethischen Grundsätze des Journalismus nicht? Unterstützen solche Äußerungen ausländerfeindliche Vorurteile? Ist das schon Rassismus?

China bietet uns gleich zwei Lösungen für abnehmende journalistische Qualität als Folge von Medienkonzentration an. 1. „Lasst tausend Blumen blühen und hundert Gedankenschulen miteinander wetteifern“: Diese Kampagne aus den Anfängen der Kulturrevolution zielte darauf ab, der Stagnation und Verkrustung des Riesenreiches entgegenzutreten, und gemeint waren tausend verschiedene Blumen. D. h. wir brauchen ab heute tausend neue und verschiedenartige Zeitungen. 2. Warum ist in China das Schriftzeichen für „Krise“ und „Chance“ jeweils das Gleiche? Weil in jeder Krise eben auch eine Chance für Neuanfang steckt, weil der Medienkonzentration oben die Vielfalt unten folgen muss.

### **Autor**

**Prof. Dr. Jörg Becker** ist Honorarprofessor an der Universität Marburg und seit 1999 Gastprofessor am Institut für Politikwissenschaft der Universität Innsbruck. Er leitet das private Forschungsinstitut Komtech in Solingen und arbeitet als Gutachter für die unterschiedlichsten internationalen und nationalen Organisationen in Medienfragen. Darüber hinaus ist er in den unterschiedlichsten wissenschaftlichen Beiräten weltweit tätig. Neben zahlreichen wissenschaftlichen Publikationen verfasst er auch immer wieder journalistische Beiträge. So etwa für die Frankfurter Allgemeine Zeitung, die Neue Zürcher Zeitung, Le Monde Diplomatique, Die Zeit, die Frankfurter Rundschau, den Hessischen sowie den Nord- und den Westdeutschen Rundfunk und das Erste Deutsche Fernsehprogramm.