



Felix Rohrbeck / Anne Kunze

# Journalismus nach der Krise

Aufbruch oder Ausverkauf?

# Ohne Furcht

Die Medienkrise gefährdet die Pressefreiheit: Journalisten in Angst um ihren Job machen keinen guten Journalismus. Das glaubt Heribert Prantl, Redakteur der *Süddeutschen Zeitung*. Er schlägt vor, Zeitungen viel teurer zu verkaufen und auch online für Artikel zu kassieren.



**Herr Prantl, Sie sind bekannt für Ihre rechts- und gesellschaftspolitischen Analysen. Warum äußern Sie sich zum Zustand der Zeitungen?**

Wer über ethische Maßstäbe in der Politik reden und schreiben darf, kann und muss, der sollte auch über den ethischen Kern des eigenen Berufs nachdenken. Es wäre schon seltsam, wenn man – wie heißt es in der Bibel? – nur den Splitter im Auge der anderen sieht und den Balken im eigenen Auge nicht. Ich frage mich: Was ist der Kern unseres Gewerbes? Was machen wir eigentlich? Die großen Sätze des Bundesverfassungsgerichts klingen ja immer wieder ganz toll: Wir – die Presse – seien das Bindeglied zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern, wir seien die vierte Gewalt, die Kontrollative. Aber was steckt dahinter, und wer macht uns eigentlich dazu? Der Politiker wird demokratisch gewählt. Bei uns Journalisten ist das bekanntlich nicht der Fall.

**Immer wieder haben in Gesprächen für dieses Buch Medienbeobachter und Journalisten beklagt, dass es keinen kritischen Journalismus mehr gebe. Eine Ausnahme, sagen viele, sei der Prantl von der *Süddeutschen Zeitung*. Ermöglicht Ihnen Ihr Ressortleiterposten eine gewisse Unabhängigkeit, die andere nicht haben?**

Ich glaube nicht, dass ein kritischer Journalismus von einer hierarchischen Funktion abhängt. Man könnte eher vermuten, dass mit dem Aufsteigen in der Hierarchie die Kritikfähigkeit sinkt, weil der Hierarch meint, mehr Rücksicht nehmen zu müssen. Ich persönlich hatte von Anfang an – ich war vorher Richter und Staatsanwalt – das Gefühl, dass ich mich in meinem Ur-Fachgebiet, der Juristerei und der Rechtspolitik, wirklich gut auskenne. Das war und ist wichtig für mich. Ich glaube, Kritikfähigkeit, also ein deutliches Urteil, hat auch damit zu tun, dass man sich nicht fürchtet, die eigene Meinung zu vertreten und zu verteidigen – gleichgültig, wer einen angreift. Man muss sich nicht fürchten vor einer Diskussion in der Redaktionskonferenz, man muss sich nicht fürchten vor hundert kritischen Leserbriefen, man muss sich nicht fürchten vor einer Diskussion

mit Politikern, wenn man das Gefühl hat, man steht im Stoff und kann mindestens auf Augenhöhe streiten. Überlegenes Sachwissen, Sicherheit des Urteils und die Sicherheit bei der Verteidigung dieses Urteils – das macht souverän. Und man darf nicht erwarten, dass man die Welt oder auch nur ein Gesetz ändern könne. Wer so etwas glaubt, wird schnell enttäuscht, frustriert oder zynisch. Wenn einer gegen den Strom schwimmt, kann er nicht erwarten, dass das Wasser seine Richtung ändert. Und wenn einer Steine ins Wasser wirft, weiß er, dass sich auf diese Weise die Qualität des Wassers nicht ändert. Guter Journalismus ist wie Schwimmen gegen den Strom. Guter Journalismus ist wie Steine ins Wasser werfen.

**Was hat Sie dazu bewogen, Journalist zu werden – nachdem Sie bereits erfolgreich als Jurist gearbeitet haben?**

Der Zufall! In meinem Heimatstädtchen in der Oberpfalz hatte ich schon journalistische Erfahrungen gemacht. Zwei alte Verwandte, Brüder meines Vaters, hatten nebenbei Lokalberichterstattung gemacht, sie waren irgendwann zu alt. Also habe ich gemeinsam mit meinem jüngeren Bruder, der Maschineschreiben konnte, vom neunten bis zum 13. Schuljahr jeden Nachmittag eine viertel- oder eine halbe Seite Lokalnachrichten produziert. Nach der Schule wurde also erst für die Zeitungen geschrieben, dann wurden Hausaufgaben gemacht, am Abend sind wir auf Gemeinderats- und Vereinssitzungen gegangen. Das war so eine lokale Lehrlingszeit. Nach Studium und Referendarzeit trat ich erst einmal als Richter in die Dienste der bayerischen Justiz; ich war Bauernrichter in der Kammer für Landwirtschaftssachen, Verkehrsrichter, Amtsrichter, Strafrichter, Richter in einer Zivilkammer und in einer großen Strafkammer am Landgericht. Ich habe psychisch Kranke im Bezirkskrankenhaus angehört, Tankstellenräuber verurteilt, ich hatte mit angeblich gewalttätigen Demonstranten aus Wackersdorf zu tun und mit Bau- und Arzthaftungssachen. Es war eigentlich eine spannende Zeit in einer kleinen Welt. Eines Tages rief der damalige, schon scheidende Chefredakteur der *Süddeutschen Zeitung*, Hans Heigert, an. Er fragte nicht etwa, ob ich Lust hätte, bei

der sz rechtspolitischen Journalismus zu machen. Er fragte: »Prantl, wie alt sind Sie eigentlich?« Ich sagte, »33«, er antwortete: »Das ist gut, das passt ins Altersgefüge der Redaktion.« Aus der Redaktion gab es anfangs heftigen Widerstand. Ich galt als schlimmer Wackersdorf-Staatsanwalt, der die Demonstranten gegen die Wiederaufbereitungsanlage einbuchtet. Ich kam aus dem katholischen Regensburg, war an einer katholischen Journalistenschule ausgebildet worden. All das verdichtete sich zum Eindruck der Redaktion, dass hier ein rechter Reaktionär aus der Provinz kommt, der die liberale Innenpolitik der *Süddeutschen Zeitung* im Auftrag des neuen Chefredakteurs aufmischen soll.

### **Da haben sich Ihre Kollegen aber gewundert ...**

Ja, es kam dann ganz anders. Meine ersten Kommentartheemen waren die Kronzeugenregelung und das Vermummungsverbot bei Demonstrationen. Bei Vorgesprächen in der Redaktion, das war vor meiner Einstellung, hatte ich gesagt, dass ich diese Regelungen für ganz praktisch hielte. An einem meiner ersten Abende als sz-Redakteur, ich wollte am nächsten Tag meinen ersten Kommentar abliefern, fuhr ich ins juristische Seminar an der Uni, habe mir alle einschlägigen Aufsätze kopiert, pro und kontra zusammengeschrieben, und kam in der Früh um zwei Uhr, nach stundenlangem Lesen und Anstreichen, zu einem ganz anderen Ergebnis, als ich es mir eigentlich erwartet hatte. Am Morgen habe ich dann einen pointierten Kommentar gegen die Kronzeugenregelung und gegen das Vermummungsverbot verfasst. In dieser Nacht habe ich kapiert, dass ich kein Staatsdiener mehr bin, dass bei der Beurteilung von Gesetzen auch andere Argumente zählen als die, ob sie für die Justizpraktiker praktisch sind. Ich habe gelernt, dass meine Optik jetzt weiter sein muss, dass ich als Journalist einen anderen Kopf aufhabe als als Staatsanwalt oder Richter, dass ich umfassender wägen muss als früher. Mir wurde klar, dass ich die Rolle eines Anwalts der Öffentlichkeit einzunehmen habe – auch, wenn das vielleicht etwas bombastisch klingt.

### **Sehen Sie durch die Medienkrise die Pressefreiheit gefährdet?**

Ja. Pressefreiheit setzt Souveränität voraus. Redakteure, die aus Angst um ihren Job nicht mehr souverän arbeiten, praktizieren Journalismus nicht mehr richtig. Der Kostendruck schlägt sich auch in der redaktionellen Arbeit nieder: Weder Redakteure noch freie Mitarbeiter, die sich um ihr Einkommen und Fortkommen sorgen müssen, greifen Themen auf, die wichtig, schwierig und kostenträchtig sind. Wichtige Themen erfordern lange und gründliche Recherchen und sind häufig gegendarstellungsrelevant, können also Gerichts- und Anwaltskosten nach sich ziehen. Wenn Redaktionen Kosten auf sich zukommen sehen, überlegen sie sich dreimal, ob sie eine Geschichte recherchieren. Komplizierte und komplexe Geschichten schaffen auf lange Sicht zwar vielleicht Exklusivität, kurzfristig bedeuten sie zunächst einmal Ärger. Wir Journalisten sind aber auch dafür da und wir werden auch dafür bezahlt, dass wir Ärger aushalten. Wenn sogar große Zeitungen vor schwierigen Geschichten zurückschrecken, kann das dazu führen, dass bestimmte Themen in den Medien überhaupt nicht mehr vorkommen. Je heftiger der Spar- und Kostendruck ist, desto größer werden die Risiken für die Pressefreiheit.

**Wäre unsere Demokratie insgesamt in Gefahr, wenn Zeitungen verschwinden würden?**

Ich glaube, für unsere Demokratie wäre es erheblich schlimmer, wenn es die *Süddeutsche Zeitung* oder die *FAZ* nicht mehr gäbe, als wenn die Dresdner Bank oder die Deutsche Bank eingehen würden. Verschwinden die Banken, sortiert sich eben der Finanzmarkt anders. Aber die Demokratie täte sich wahnsinnig schwer ohne große Foren, in denen sich Diskussionen über Politik und gesellschaftliche Probleme formieren und konzentrieren.

**Halten Sie Zeitungen in gedruckter Form für systemrelevant – oder den Journalismus? Denn der könnte ja auch ausschließlich im Netz stattfinden.**

Der Journalismus insgesamt ist systemrelevant, systemrelevant sind nicht exklusiv die gedruckten Zeitungen. Ich hätte allerdings schon große Schwierigkeiten damit, wenn ein großer Teil der gedruckten Zei-

tungen sterben würde und wir nur noch auf digitale Medien angewiesen wären. Ich glaube, dass digitale Medien – noch? – kein Forum für die ganze Breite der Gesellschaft darstellen. Gedruckte Medien vermögen das schon, sie sind für jeden jederzeit zugänglich. Das Internet hat noch lange nicht die demokratische Potenz von Zeitungen erreicht.

**Aber das Internet ist doch in seiner Struktur viel demokratischer als Zeitungen. Es funktioniert hierarchiefreier, weil es im Netz niemanden gibt wie Sie, der entscheidet, was ins Blatt kommt und was nicht.**

Ohne Zweifel steckt im Internet viel Potenzial. Mich erinnern Blogs ein bisschen an die demokratische Revolution von 1848/49. Da waren die Zeitungen das neue Element, plötzlich funktionierte die politische Diskussion ganz anders als bisher. Jetzt bringt das Internet eine andere Art und Weise der Kommunikation des Lesers mit dem Schreiber. Leser und Schreiber können ihre Rollen tauschen. Diese Kommunikation ist sehr unmittelbar, sehr demokratisch, es ist, wenn man so will, Kommunikation auf gleicher Ebene. Aber dass deswegen auf Zeitungen verzichtet werden kann, das kann ich mir nicht vorstellen. Ich glaube zum einen, das Netz erreicht bloß einen Ausschnitt der Bevölkerung. Viele Bürger sind nicht so internetaffin, haben also nicht den behändigen Zugriff zum Netz. Zweitens findet man im Netz auch eine unglaubliche Menge an Trash und bekommt wenige Kriterien an die Hand, mit denen man aus dem Wust das auswählen kann, was wirklich verlässlich ist. Und wenn sich die User im Internet wirklich auf etwas verlassen, dann sind es meist die Online-Ableger der gedruckten Zeitungen. In den Internet-Auftritten der *Süddeutschen*, des *Spiegels*, der *Zeit* steckt journalistische Kompetenz, das wissen die Internet-User. Es ist eine Kompetenz, die generiert wird durch die Zeitung dahinter. Da ist das Internet die zweite Ebene der gedruckten Zeitung.

**Wenn Sie glauben, unsere Gesellschaft kann ohne Journalismus nicht funktionieren, warum wehren Sie sich dann so entschieden gegen staatliche Subventionen? Der Staat könnte doch eingreifen, wenn der Journalismus sich nicht mehr wie bislang durch Wer-**



bung und Vertrieb finanzieren kann. Beispielweise könnten die Gelder, die in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk fließen, umgeleitet werden.

Es stimmt, dass die *Süddeutsche* und die *FAZ*, auch die Lokal- und Regionalzeitungen, denselben politischen Auftrag und dieselbe demokratischen Bildungsaufgabe haben wie das ZDF und die ARD. Aber wenn ich etwa an die Einmischung der Politik in die Vertragsverlängerung des ZDF-Chefredakteurs Nikolaus Breder denke, werde ich ganz kribbelig. Ich finde es ja toll, dass kluge Männer wie der Philosoph Jürgen Habermas und der Verfassungsrechtler Dieter Grimm aus Liebe zur Zeitung sagen, sie möchten lieber eine Staatsfinanzierung, bevor Zeitungen kaputtgehen. Aber ich denke, so weit ist es noch lange nicht! Da werden die Totenglocken zu schnell geläutet. Eine Zeitung, die journalistisch gut arbeitet, wird über kurz oder lang auch ökonomisch Erfolg haben. Davon bin ich fest überzeugt. Der Erfolg der *Süddeutschen* ist ja auch ein gewisser Beleg dafür. Und wenn einmal eine Zeitung für ein oder zwei Jahre in die roten Zahlen rutscht, muss ein Verleger mit einem journalistisch-verlegerischen Impetus das aushalten können – oder sich andernfalls eine Autofabrik oder eine Tapetenfabrik zulegen. Ich glaube schon, dass eine Zeitung etwas anderes ist. Für Autos und Tapeten gibt es kein eigenes Grundrecht, für die Presse gibt es die Pressefreiheit – und die ist ein ganz besonders Grundrecht, sie ist das tägliche Brot für die Demokratie. Auch der Verleger ist ein Träger dieses Grundrechts, auch er ist, wenn man so will, ein Bäcker des täglichen Brots. Und ich denke, der Stolz darauf, so etwas Wichtiges zu machen, so etwas Wichtiges zu besitzen, muss einem notfalls auch ein bisschen weniger Rendite Wert sein.

**Gibt es Ihrer Erfahrung nach solche Verleger? Die einen kritischen Journalismus schätzen, die stolz darauf sind, eine Zeitung zu haben – und die in diesen Krisenzeiten zu der Redaktion stehen, auch, wenn sie weniger Gewinn machen?**

Ich war dieser Tage einige Male im Schwäbischen, wo es eine ganz besondere, eine sehr vielfältige und kleinteilige Zeitungslandschaft

gibt. Dort halten alteingesessene Verlegerfamilien viele kleine Zeitungen, manchmal mit einer Auflage von nur einigen zehntausend Stück. Dort erlebt man Verleger, die mit Stolz von ihrer Zeitung sprechen. Und die einen mit leuchtenden Augen durch eine Fotoausstellung führen und sagen: Bei uns passiert große Geschichte in kleinem Maßstab und wir dokumentieren, berichten und kommentieren das. Die Freude, die sie dabei haben, die macht mir selber Freude. Auch den Eigentümern der *Süddeutschen Zeitung* ist bewusst, auch wenn sie sparen, dass sie mit der *sz* ein ganz besonderes Blatt haben, ein nationales Blatt mit internationaler Bedeutung, das man nicht kaputt sparen darf. Die *sz* ist ein Diamant des deutschen Journalismus, von dem man nicht einfach ein Stück abschlagen kann. Unser Mit-Verleger Richard Rebmann, Geschäftsführer der Südwestdeutsche Medien Holding, ist auch Verleger des *Schwarzwälder Boten*. Diese Verlegerfamilie führt diese Zeitung schon seit 160 Jahren: Daraus entsteht, so denke und hoffe ich, ein Bewusstsein für den Wert von Zeitung, der über das Ökonomische hinausgeht. Wenn statt solcher Verlegerfamilien, die Zeitungstradition verkörpern, eine Finanzholding die Hand auf die Zeitung legt, würde die sich mehr den Shareholdern und Geldgebern verpflichtet fühlen als den Lesern. Man kann aus einer Zeitung schon sehr viel Geld herausholen für kurze Zeit, man kann sehr viel Rendite herausholen, man kann die Zeitung auspressen wie eine Zitrone und die Schale noch einmal verkaufen. Aber dann ist die Zeitung tot.

**Damit sich Journalismus auch in Zeiten des Internets finanzieren lässt, schlagen Sie ein System des Micro-Payment pro Artikel vor. Meinen Sie wirklich, dass Leser plötzlich anfangen, für Texte im Netz zu zahlen?**

Das System des Micro-Payment funktioniert so wie beim Herunterladen von Musik: Man zahlt ein paar Cent pro Artikel. Es wird nicht sehr schwer sein, das durchzusetzen. Das notwendige Wert-Bewusstsein haben unsere Leser bestimmt. Das Micro-Payment, seine Handhabung, muss freilich ganz einfach funktionieren. Mehr als zwei Klicks darf man dafür nicht brauchen. Ich habe keine Ahnung, wie viel Geld

man so tatsächlich generieren kann. Aber man muss es halt einmal probieren. Wahrscheinlich haben wir zu viele aktuelle Texte aus der Zeitung einfach frei ins Netz gestellt, in der Euphorie, dabei sein zu wollen beim Internet. Damit haben wir uns aber letztendlich geschadet. Von Bekannten, die meine Artikel gerne lesen, weiß ich, dass es ihnen reicht, wenn sie die Artikel online kriegen, man spart sich die Print-Ausgabe. Das kostet den Verlag Geld.

Probleme des Micro-Payment könnten sein, dass Leser sich mal hier, mal dort einen Artikel kaufen – also keine Blattbindung mehr haben, die Sie ja eigentlich erzeugen möchten. Außerdem wäre denkbar, dass Redakteure derselben Zeitung durch einzeln abgerechnete Artikel mehr Gewinn generieren als andere. Es würde dann womöglich noch schwerer werden, teure Recherchen oder etwa Feuilletonartikel zu rechtfertigen, die eventuell weniger Einnahmen bringen als sie kosten. Dann würden die Klickzahlen die Publikation steuern.

So ist es ja im Internet jetzt schon. Bei den Online-Kollegen laufen die Klickzahlen ständig durch, so ähnlich wie wir das im Fernsehen kennen von den dämlichen Laufbändern mit den Aktienkursen. Wenn die Klickzahlen schlecht sind, müssen die Online-Kollegen eine Bilderstrecke machen, möglichst eine mit Sex. Manch ein Kollege, mancher Online-Chef mag sagen: Bitte nicht schon wieder das Thema Flüchtlinge, nicht schon wieder das Thema Asyl, das klicken die Leser doch nicht. Aber diese Abwehrhaltung gibt es bei der gedruckten Zeitung auch. Man weiß, dass die Leser Asylberichterstattung nicht unbedingt mögen, aber man macht sie trotzdem, weil es sich um ein wichtiges gesellschaftspolitisches Thema handelt. Ich glaube, man muss sich selbst im Kopf freimachen. Es gehört eben auch zum Publizieren im Internet dazu, dass man es erträgt, einmal weniger Klickzahlen zu haben. Multum non multa. Das gehört zur journalistischen – schon wieder so ein pathetisches Wort – Verantwortung. Und zur Blattbindung: Die entsteht auch in Zukunft, wenn eine Zeitung etliche starke Autoren und Themen hat, die viel geklickt und heruntergeladen wer-

den. Dann entwickelt der User eine Beziehung zu dem Organ, für das diese Autoren schreiben. Dann wollen die User auch das journalistische Umfeld kennenlernen, in dem ihre Lieblings-Autoren schreiben.

### **Halten Sie andere Formen der Finanzierung für denkbar?**

Ich glaube, dass Zeitungen zu billig sind. Die *Süddeutsche Zeitung* kostet am Werktag 1,90 Euro. Für 1,90 Euro bekommt man, wenn man zur s-Bahn geht am Morgen, nicht einmal einen Becher Kaffee. Der kostet hier in München gewiss drei Euro. Während ich den Kaffee nach fünf Minuten ausgetrunken habe, nehme ich die Zeitung mit und kann, wenn ich mag, den ganzen Tag und auch noch am nächsten darin lesen. Mit diesem simplen Beispiel müsste jedem klar werden, dass man eigentlich mehr bezahlen müsste für die Zeitung.

### **Wie viel sollte eine Tageszeitung kosten? Und wer kann sie sich dann noch leisten?**

Nun hat ja jede Zeitung eine bestimmte Klientel. Die unsere ist ein bisschen eine andere als die der *Bild*-Zeitung. Ich bin überzeugt, ein großer Teil unserer Leser würde einen höheren Preis schon akzeptieren, wenn wir ihnen erklären, dass wir ein bestimmtes Niveau aufrechterhalten wollen. Wir könnten einen billigeren Journalismus machen, aber der billigere Journalismus ist nicht der, der den Lesern Freude macht, den sie schätzen und gewohnt sind. Um das Niveau zu halten, angesichts schlechterer Zeiten und geringerer Einnahmen, reicht es nicht, wenn wir uns in Zehn-Cent-Schritten in die Preiserhöhungen hineinschleichen. Sondern wir müssen richtig was ändern. Warum soll man nicht 2,90 oder 3 Euro verlangen? Oder auch 3,50 Euro für die Einzelausgabe?

**Auch Stiftungsgeldern stehen Sie nicht abgeneigt gegenüber. Sie schreiben: »Das Zeitungswesen könnte ein wenig Mäzenatentum durchaus vertragen.«** Ließe sich eine solche Finanzierung auch flächendeckend realisieren? Bislang unterstützen Stiftungen eher einzelne Journalisten, die eine kostenintensive Recherche planen. Auch unser Buch ist ein stiftungsfinanziertes Projekt.

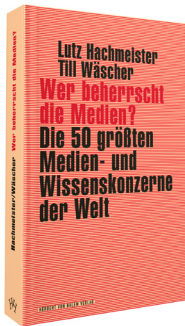
Ich käme mir ein bisschen seltsam vor, wenn beispielsweise auf Seite fünf über die Ergebnisse einer Recherche zur Häufung von Leukämie im Umfeld von Kernkraftwerken berichtet wird und unten auf der Seite dann ein Hinweis steht, dass diese Seite von einer Industrie-Stiftung finanziert wurde. Bei diesem Gedanken ist mir höchst unwohl. Und ich glaube, dem Leser wäre auch unwohl. Innerhalb publizistischer Einheiten einzelne Angebote zu sponsern – Wetterkarte? Leitartikel? Seite-3-Reportage, Sportbericht – das wäre doch makaber, oder? Natürlich ist es in Ordnung, wenn eine Stiftung ein Buchprojekt fördert oder ein Stipendium an einen freien Journalisten gibt, um bestimmte Recherchen zu unterstützen. Dagegen habe ich nichts. Aber das hilft einem finanzklammen Journalismus nicht viel weiter. Mir geht es um Förderprojekte in der Breite, um Stiftungsmodelle, die eine ganze Zeitung tragen, um ein demokratisches Netz. Ich könnte mir vorstellen, dass Zeitungen, die in Schwierigkeiten geraten, von einer Stiftung aufgefangen werden: Ein paar Geldreiche finanzieren das Geistreiche. Es müsste aber sichergestellt sein, dass da nicht plötzlich wirtschaftliche und politische Interessen durchschlagen, die ja bisweilen auch hinter Stiftungen stehen.

**Sie bemängeln, dass die Journalisten ihren eigenen Untergang herbeischreiben. Geht es dem Journalismus in Deutschland also in Wirklichkeit gar nicht so schlecht?**

Dem Journalismus geht es noch nicht so furchtbar schlecht. Mich ärgert, dass man so schnell Trübsal bläst. Diesen Kikeriki-Journalismus, diese aufgeregte Kräherei erlebt man ja gerade, wenn es um die angebliche Bedrohung des Print-Journalismus durch das Internet geht: Jetzt geht er dahin, unser klassischer Journalismus!, so heißt es dann schauernd. Unsinn! Mich wundert die seltsame Todessehnsucht, die sich darin widerspiegelt, mich wundert das geringe Selbstbewusstsein gar nicht weniger Kollegen. Denn sonst gibt es ja bei uns Journalisten, auch bei den jüngeren, ein Selbstbewusstsein, das nicht selten schon fast Präpotenz ist. Dieses Selbstbewusstsein, dieser Stolz verschwindet auf einmal, bloß weil da eine neue Herausforderung ist. Ein Journa-

list, der weiß, dass er gut ist, muss sich vor den neuen Distributions-  
techniken überhaupt nicht fürchten. Im Gegenteil. Erstens bekommt  
er mit dem Internet ein völlig neues Forum, zweitens gibt es Kriterien  
für guten Journalismus, die immer gelten, für Print genau so wie für  
Online. Wenn einer bisher in der Lage war, so zu schreiben, dass es den  
Lesern gefällt – warum sollte er dann Angst vor der journalistischen  
Zukunft haben? Die Gesellschaft wird nicht weniger, sondern mehr  
gute Journalisten brauchen.

**Heribert Prantl** wurde 1953 in der Oberpfalz geboren. In Regensburg studierte Prantl Rechtswissenschaften, Geschichte und Philosophie und absolvierte parallel eine journalistische Ausbildung als Stipendiat beim Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses. Nach seinem Studium war Prantl zunächst als Anwalt, Richter und Staatsanwalt tätig. Seit 1988 ist er innenpolitischer Redakteur und Leitartikler bei der *Süddeutschen Zeitung*, Autor zahlreicher politischer Bücher und Kommentator bei öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern. Von 1992 bis 1995 war er stellvertretender Chef des Ressorts Innenpolitik der *Süddeutschen Zeitung*, das er seit 1995 leitet.



LUTZ HACHMEISTER / TILL WÄSCHER

**Wer beherrscht die Medien?  
Die 50 größten Medien- und  
Wissenskonzerne der Welt**

2017, 560 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-234-7

ISBN (E-Book) 978-3-86962-235-4

Der Umsatz der 50 größten Medienkonzerne der Welt hat sich in den vergangenen zehn Jahren verdoppelt. Ihre Macht ist so groß wie nie zuvor: Medienunternehmen beeinflussen politische Berichterstattung und produzieren eine nie dagewesene Fülle von Unterhaltungsformaten; sie bestimmen, was im Radio gespielt wird, und entscheiden über die Platzierung von Suchergebnissen, sie sammeln persönliche Daten und vermarkten Benutzerprofile; und sie kontrollieren Lehrpläne und akademische Fachzeitschriften. Ihre Lenker und Manager zählen zu den bestverdienenden Angestellten – Milliardäre und Millionäre mit exzellenten Kontakten zum politischen Establishment. Lutz Hachmeister und Till Wäscher porträtieren die 50 größten Medienkonzerne der Welt und beschreiben dabei Konzernlenker, Geschäftsstrategien und historische Grundlagen.

Die Medienkonzernlandschaft hat sich in den vergangenen Jahren rasant gewandelt: Der Zeitungsmarkt befindet sich im Niedergang und das über Jahrzehnte bewährte Kabel-tv-Geschäftsmodell zeigt deutliche Krisensymptome. Im Zuge von Übernahmen und Fusionen sind Quasi-Monopolisten entstanden, die Verbreitungswege und Inhalteproduktion bündeln. Daten- und Wissenskonzerne wie Google, Facebook, Netflix und Amazon haben damit begonnen, selber in Medieninhalte zu investieren und sind zu neuen Ökosystemen für die Mediennutzung geworden. Und im Zuge der Globalisierung sind neue Player – insbesondere aus den BRIC-Staaten – in die Phalanx der zuvor von nordamerikanischen und europäischen Konzernen dominierten Medienwelt gestoßen.



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)