

# Warum unabhängiger Journalismus Leser braucht

## Die politische Bedeutung von Abonnements: Zeitung ohne Konzerne

Von Aktion und Kommunikation

Die Forderung nach unabhängigem Journalismus klingt zunächst selbstverständlich. Aber Medien entstehen nicht im luftleeren Raum. Redaktionen, Recherchen, Korrespondenten, Druck, Vertrieb, Prozesse gegen Konzerne oder die juristische Verteidigung gegen politische Angriffe kosten Geld. Sehr viel Geld sogar. Und genau dort beginnt das Problem vieler Medien: Wer von Werbung, Investoren oder staatlicher Nähe abhängig ist, wird selten wirklich unabhängig berichten können. Man hat die berühmte »Schere im Kopf«, um weder Werbekundschaft noch die Chefetage zu vergrätzen.

Natürlich ruft nicht jeden Morgen ein Autokonzern in der Redaktion an und diktiert die Schlagzeilen. Macht funktioniert heute subtiler. Berichtet man wirklich maximal kritisch über den Konzern, der gleichzeitig die Doppelseite im Wochenendmagazin bezahlt?

Der Markt produziert deshalb oft einen Journalismus, der Aufmerksamkeit verkauft, nicht Erkenntnis. Digitale Plattformen haben diese Entwicklung noch verschärft. Dort zählt vor allem Reichweite: Klicks, Empörung, Verweildauer. Der Algorithmus belohnt das Lauteste, Emotionalste und das am meisten Zugespitzte. Analyse stört da eher.

Der Marktjournalismus produziert Aufmerksamkeit für Werbekunden. Leserfinanzierter Journalismus produziert Aufklärung für die Gesellschaft. Gerade kritischer Journalismus ist teuer. Wer Prozesse beobachtet, investigativ recherchiert, juristische Angriffe abwehrt oder Whistleblower schützt, braucht Zeit, Personal und finanzielle Sicherheit. Konzerne verfügen über ganze Heere von Anwälten. Linke Medien brauchen oft allein für die eigene Verteidigung ein stabiles finanzielles Fundament.

Hinzu kommt: Linke Medien stehen häufig nicht nur unter ökonomischem, sondern auch unter politischem Druck. Die *junge Welt* wird seit Jahren im Verfassungsschutzbericht stigmatisiert – mit ganz realen Folgen. Geschäftspartner werden nervös, potentielle Anzeigenkunden springen ab, Interviewpartner bekommen Zweifel, ob sie sich in Gefahr bringen könnten. Was offiziell nur »Beobachtung« heißt, wirkt wirtschaftlich wie eine gezielte Stigmatisierung. Und das ist auch so gedacht.

Wer große deutsche oder internationale Medienhäuser betrachtet, stößt fast immer auf Konzerne, Milliardärsfamilien oder Finanzinvestoren. Das bleibt nicht ohne Folgen für die Inhalte. Dadurch entsteht nicht unbedingt offene

Zensur, sondern häufig etwas Subtileres: eine strukturelle Vorsicht. Bestimmte Themen werden abgeschwächt, manche Perspektiven seltener angehört, bestimmte Konflikte lieber vermieden.

Die *junge Welt* funktioniert bewusst anders. Sie gehört keinem Konzern und keinem Investor. Die Tageszeitung *junge Welt* erscheint im Verlag 8. Mai, der mehrheitlich einer Genossenschaft gehört. Mitglieder dieser Genossenschaft sind vor allem Leserinnen und Leser der Zeitung.

Ein Abo bezahlt deshalb nicht nur die Zeitung im Briefkasten. Es finanziert Ausbildung, Archive, Infrastruktur, Veranstaltungen, Diskussionen und die Möglichkeit, dass linke Stimmen überhaupt dauerhaft öffentlich hörbar bleiben.

Denn viele Positionen, die heute als »extrem« oder »radikal« gelten – gegen Aufrüstung, gegen Sozialabbau, für internationale Solidarität oder radikale Arbeitszeitverkürzung –, tauchen im medialen Mainstream oft nur verzerrt, verkürzt oder gar nicht auf.

Eine Zeitung wie die *junge Welt* durchbricht diese Spirale des Schweigens. Im Kapitalismus ist Geld die härteste Stimme. Ein Zeitungsabo ist deshalb auch eine politische Entscheidung darüber, welche Stimmen überhaupt hörbar bleiben.

**→ Zweiter Teil der Reihe »Das tägliche Ritual Zeitung«. In einer Woche geht es an dieser Stelle weiter mit »Die Geschichte der Arbeiterpresse. Warum linke Zeitungen immer wichtig waren«.**

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/523439>