

# Wem gehören die Medien?

## Gegen Konzernmacht hilft nur Unabhängigkeit

Von Aktion und Kommunikation

Berichterstattung entsteht nie im luftleeren Raum. Sie hängt immer davon ab, wer die Medien sein eigen nennt, wer sie finanziert und unter welchen Bedingungen Journalistinnen und Journalisten arbeiten. Das beeinflusst, welche Themen sichtbar werden, wer eine Stimme bekommt – und wer eher nicht. Daher ist die Frage, wem die Medien gehören, keine theoretische, sondern tief in der Sphäre der Macht verwurzelt.

Schaut man auf die Eigentumsverhältnisse, zeigt sich ein klares Bild: Die großen Medienhäuser gehören alle Konzernen, vermögenden Familien oder Finanzinvestoren (ausgenommen der öffentlich-rechtliche Rundfunk). Dazu kommen enge Verbindungen zwischen Medien, Politik und Wirtschaft – etwa über Aufsichtsräte, Lobbykontakte, Agenturen oder gemeinsame Interessen.

Die Entscheider aus Redaktionen und Verlagen stammen aus ähnlichen sozialen Milieus. Das prägt den Blick auf die Welt. Themen aus der Arbeitswelt, von Mieterinitiativen oder sozialen Bewegungen finden weniger Aufmerksamkeit. Es geht dabei nicht um das Versagen einzelner Journalisten, sondern um strukturelle Bedingungen. Medien spiegeln gesellschaftliche Machtverhältnisse nicht nur wider – sie helfen, sie zu stabilisieren.

Es beginnt beim Denken: Streiks werden als »Störung« empfunden und Unternehmensinteressen als »wirtschaftliche Vernunft«. Hinzu kommt die Illusion der Neutralität. Jede Redaktion trifft Auswahlentscheidungen: Was ist eine Schlagzeile wert, was nicht? Welche Forderungen gelten als »angemessen«, welche als »überzogen«? Interessen werden ausgeblendet – was dadurch zur Absicherung des Status quo beiträgt.

Es geht weiter bei der Sprache: Diese ist nie neutral. Begriffe wie »Reformen« oder »Investitionsklima« rahmen politische Entscheidungen im Sinne wirtschaftlicher Interessen. Gleichzeitig verschwinden Themen wie soziale Ungleichheit, Arbeitskämpfe oder globale Ausbeutungsverhältnisse aus dem Fokus.

Im digitalen Raum verschärft sich diese Entwicklung. Plattformen wie Google, Meta oder Tik Tok entscheiden über Sichtbarkeit. Algorithmen ersetzen Redaktionen als Gatekeeper (Torwächter) – mit eigenen ökonomischen Logiken. Journalismus gerät so zunehmend unter Druck von Klickzahlen, Werbung und Datenverwertung.

Die Frage lautet deshalb: Wie behauptet sich eine Öffentlichkeit, die nicht von Konzerninteressen bestimmt wird? Eine Öffentlichkeit, in der nicht nur die Stimmen der Mächtigen gehört werden, sondern auch die der Beschäftigten, Mieter, Gewerkschafter oder Friedensaktivisten? Sie entsteht nicht von allein.

Gegenöffentlichkeit muss aufgebaut, finanziert und verteidigt werden. Sie braucht Redaktionen, Druckereien, Vertriebswege und vor allem Menschen, die bereit sind, sie zu lesen und zu unterstützen.

Die *junge Welt* ist ein Beispiel dafür. Sie gehört keinem Medienkonzern und keinem Investor. Getragen wird sie von ihrer Genossenschaft und von ihren Leserinnen und Lesern. Das schafft die Freiheit, Themen aufzugreifen, die anderswo oft zu kurz kommen: Arbeitskämpfe, soziale Konflikte, Friedenspolitik oder die Perspektiven derjenigen, die selten die Schlagzeilen bestimmen.

In Zeiten scheinbar kostenloser Nachrichten gerät leicht in Vergessenheit, dass unabhängiger Journalismus seinen Preis hat. Werbefinanzierte Medien bezahlen ihn oft mit Aufmerksamkeit, Reichweite und Rücksichtnahme auf wirtschaftliche Interessen. Leserfinanzierte Medien bezahlen ihn in erster Linie durch Vertrauen.

Die *junge Welt* ist ein Beispiel dafür. Als Genossenschaft organisiert, kann kein Großinvestor hier den Stecker ziehen. Sie steht bewusst auf der Seite derjenigen, deren Stimmen sonst marginalisiert werden – in Arbeitskämpfen, in der Friedensbewegung, in sozialen Auseinandersetzungen.

Die Frage, wem die Medien gehören, entscheidet mit darüber, welche Themen auf die Tagesordnung kommen und welche Interessen als selbstverständlich gelten. Ein Abonnement der *jungen Welt* ist deshalb mehr als ein Kauf. Es ist ein Beitrag zu einer Öffentlichkeit, die Machtverhältnisse sichtbar macht – und nicht verschleiert. Abonnieren Sie also jetzt. Danke.

**→ Das war der vorletzte Teil der Reihe »Das tägliche Ritual Zeitung«. In einer Woche: »Hat Print Zukunft? Warum die Zeitung nicht verschwindet«.**

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/524627>