

Macht und Manipulation

Springers Verkauf von „Eltern“, „Jasmin“, „Bravo“, „Twen“, „Das neue Blatt“, „Kicker“ und diverser Fachzeitschriften machte seine emsigsten Kritiker von Augstein bis Dönhoff verstummen. Sie waren die einzigen, die der noblen Selbstbescheidung Springers aufsaßen. Das dem Bundesverband der Deutschen Industrie nahestehende „Handelsblatt“ (25. 6. 1968) reagierte weniger tumb: „Die Transaktion zeigt vor allem eins: Daß Axel Springer ein politisch engagierter Verleger ist, dessen eigentliches Interesse immer seinen Zeitungen gegolten hat... Jetzt... kann er die volle Wucht seines... Unternehmens in die Entwicklung seiner Zeitungen und damit in den technischen und wirtschaftlichen Fortschritt jener Medien hineinstecken, mit denen er viel mehr als mit den Zeitschriften wirklich die öffentliche Meinung beeinflusst.“ Die FAZ, deren Kuratorium Bundesbankpräsident Blessing repräsentiert, vermerkte tags darauf: „Es wird die Ansicht vertreten, daß Springer nach der Transaktion seine Aktivität mit Publikationen von politischem Einfluß noch verstärken werde.“ Die Vermutung der Konzern-Kommentatoren, daß Springer den Interessen der westdeutschen Privatindustrie weiterhin seine Reverenz erweisen werde, bestand zu Recht: knapp zwei Monate später wurde das Projekt einer 150-Millionen-Investition Springers in BILD bekannt, das der bundesdeutschen Industrie ermöglichen soll, ab Januar 1969 die 12 Millionen BILD-Leser mit farbigen Anzeigen zu erfreuen.

Angesichts dieser von gegenseitigem Mißtrauen unbefleckten Interessenkumpanei ist die frappante Unlust der nun verstummen liberalen Kritiker, das Verhältnis zwischen Springer und „Springer-Gesellschaft“ zu reflektieren, bestürzend. Doch freilich galt ihre Kritik von jeher der Größenordnung statt der Ordnung. Ihre Einwände gehorchten der Erkenntnis des Notar bulamus: „Nur Auschwitz, das war ein bißchen zuviel.“ Haut dem Springer auf die Finger – zwanzig Prozent Marktanteil soll er haben. In schroffem Kontrast zu solcherlei politischer Naivität stehen die sechzehn Aufsätze des Sammelbands „IMPERIUM SPRINGER – Macht & Manipulation“, Hg.: Bernd Jansen u. Arno Klönne, Pahl-Rugenstein-Verlag Köln (Barbarossaplatz 2), 1968, 9,60 DM. Ihre Analysen, die natürlich nur die Basis für eine detaillierte Kritik einzelner Punkte wie „Manipulation“, „Monopolstellung“, „Jugendpresse“

etc. bilden (und insofern soll hier nur auf den wichtigsten Aspekt eingegangen werden) gehen aus von einem Verhältnis grundsätzlicher, mehrfacher Interessenverklammerung und wechselseitiger Abhängigkeit zwischen Presse und privater ökonomisch-sozialer Herrschaft.

Diese Ausgangsbasis ihrer Argumentation läßt sich in sechs Punkten zusammenfassen:

1. Wie für jedes Gewerbe gilt auch für die Presse das Prinzip der Gewinnmaximierung. „Sie verbreitet Nachricht, Meinung, Unterhaltung als Ware und unterliegt damit den Gesetzen der Warenproduktion“ (Werner Hofmann, S. 22). Die Art des Wirtschaftens – nämlich nach dem Rentabilitätsprinzip – bildet damit die Grundlage der prinzipiellen Interessenkonformität zwischen privaten Presseorganen und ökonomisch-sozialer Herrschaft.

2. Der Vermittlung meinungsbildender Materialien als gesellschaftlichem Sinn der Presse steht damit der privatwirtschaftliche Zweck der Erwirtschaftung von Gewinn gegenüber.

3. Die materielle Existenzgrundlage der Presse setzt sich aus $\frac{1}{4}$ bis $\frac{1}{3}$ aus dem Vertriebs-, zu $\frac{2}{3}$ bis $\frac{3}{4}$ aus dem Anzeigenerlös zusammen. Während sich die Presse im Hinblick auf den Vertrieb als einfache Ware neben anderen durch bestimmte Absatzmethoden ihren Markt suchen muß, wird sie „durch die Aufnahme und Verbreitung von kommerziellen Anzeigen selbst zum Absatzinstrument für alle Arten von Waren einschließlich ihrer selbst. Ihr Profit entsteht zum geringsten Teil aus dem Vertrieb, zum größten Teil jedoch aus der Tatsache, daß sie in der Konsumgesellschaft das... wichtigste Mittel ist, das die Privatwirtschaft zur Realisierung des eigenen Profits benutzen muß: Noch 1967 machten Anzeigen in Zeitschriften und Zeitungen 81,1% der gesamten Werbeaufwendungen bei den fünf klassischen Werbeträgern in der BRD aus“ (Jörg Hufschmid, S. 65).

4. Da also der Absatz anderer Waren und damit die Rentabilität der gesamten Privatwirtschaft abhängig ist von dem Absatz einer vorgeschalteten, werbenden Ware – eben den Anzeigen –, ist die werbungstreibende Wirtschaft in erheblichem Maße von der Presse (insbesondere der monopolistischen Presse) abhängig. Die Rentabilität der Presse wiederum ist praktisch völlig abhängig vom Umfang

der in ihr erscheinenden Anzeigen. Die sog. „unabhängige Presse“ ist nur insofern in einer anderen Situation als die Presseorgane mittlerer Größe, als daß sie „die nicht mehr von bestimmten, sondern vielmehr von allseitigen Interessen abhängige, die nicht mehr einseitig, sondern ringsum gebundene Presse“ (Hofmann, S. 24) ist.

5. Der ihr von der liberalen Theorie zugeschriebene gesellschaftliche Sinn der Presse wird von privatwirtschaftlichen Zwecken überwältigt. Die Funktion der Presse ist nicht mehr die Organisation von Meinungs- und Willensbildung, sondern



- a) die Garantie des Warenabsatzes und damit der Rentabilität der gesamten Privatwirtschaft als Werbeträger bzw. Absatzinstrument;
- b) die Produktion von Bedürfnissen – gemäß den Bedürfnissen der Produktion – zur Schaffung neuer Absatzmöglichkeiten für neue Produkte;
- c) die Entpolitisierung der Bevölkerung durch Manipulation, welche die Voraussetzung und die Garantie für die Realisierung des Gewinnstrebens innerhalb einer in hohem Maße auf Verschwendung angelegten und angewiesenen spätkapitalistischen Gesellschaft ist;
- d) die Realisierung des eigenen Gewinnstrebens.

6. Die wirtschaftliche Interessengebundenheit weist der Presse die soziale Funktion der Vertretung von Klasseninteressen zu. Da Klassenherrschaft und Herrschaftsausübung wie nie zuvor vom totalen Einverständnis der Beherrschten abhängig sind, betreibt die Presse jene Enteignung des Bewußtseins, welche die materielle Abhängigkeit der Beherrschten vervollkommen. Meinungsbildung geschieht in der manipulativ-affirmativen Organisation der Menschen auf das bestehende Herrschaftssystem hin. „Kritik“ gerät – wie Michael SCHNEIDER in DER SPIEGEL ODER DIE NACHRICHT ALS WARE bemerkt – zur „Vogel-Perspektive auf eine Welt, in der die Herrschenden und die Beherrschten, die Unterdrückten und die Unterdrückten als äquivalent, als gleich schlecht und gleich lächerlich erscheinen“; an die Stelle des historischen Prozesses tritt der circulus vitiosus, die ewige, unveränderbare, natur-

hafte Ordnung. Die Stilisierung der gesellschaftlichen Verhältnisse zu naturgegebenen Ordnungen wird zur Folie jeder „kritischen“ Information: sei es die SDS-Titelgeschichte des SPIEGEL oder die Vietnam-Berichterstattung der ZEIT. Mit der Präsentation gesellschaftlicher Wirklichkeit als naturhafter Ordnung, welcher der einzelne als Wirtschaftssubjekt ohnmächtig ausgeliefert ist, zeigt sich die Zielrichtung auch der „kritischen“ Presse: Ihre Information gilt dem Leser als ökonomischem Subjekt. Die Verknüpfung von Information (Kommunikation) mit der Sphäre des Warenverkehrs und dem Prinzip der Gewinnmaximierung macht erstere prinzipiell zur Bestätigung der letzteren, zur „Fortsetzung der Anzeige mit anderen Mitteln“ (Ulrich Sander, S. 157). Soll die Presse ihrer kritischen Funktion eigen werden, müßte diese grundsätzliche Verknüpfung aufgehoben werden. Die Auflösung der Konzerne wäre dazu erst der Anfang.

Rainer Rilling