

**Gastkommentar.** Wenn Qualität kein Hauptkriterium der Presseförderung ist, kann sie auch abgeschafft werden.

## Die vierte Gewalt als Sozialfall

VON OLIVER CYRUS

**P**rivilegierte „Armut“, das ist der Zustand des Boulevards. Während viele Qualitätsblätter zeitlebens darben müssen, hat der mediale Unterhaltungszirkus keine Sorgen. Auf Vater Staat ist Verlass. Jüngst hat dieser sein ältestes publizistisches Kind, die „Wiener Zeitung“, verleugnet. Die Botschaft ist klar: Kultur ist zu teuer.

Doch rote Linien werden auch woanders überschritten. Zum Beispiel dort, wo der Staat Unsummen an Steuergeld verprasst. Die überproportionale Subventionierung der Boulevardpresse ist ein solcher Fall: Von den 9,7 Mio. Euro Sonderförderung (Coronahilfen) konnte sie zwei Drittel der Fördermittel lukrieren. Hinzu kommen staatliche Inserate, die exorbitant mehr einbringen als die offizielle Presseförderung: eine Praxis, die schon lange vor der Pandemie den Boulevard bevorzugte.

Der demokratische Grundgedanke der Presseförderung ist längst pervertiert. Trotz der digitalen Informationsflut ist der Zugang zu relevanter Information hürdenreich. Nicht alle haben die Möglichkeit ergiebiger Recherchen – Regierungen sehr wohl. Zur demokratischen Willensbildung ist eine solche Befähigung des Souveräns unabdingbar. Die kritische Presse ist dazu berufen, dieses Ungleichgewicht der Kräfte zu überwinden. Infotainment gehört nicht dazu.

Eine demokratische Kultur lebt vom Dissens. Wenn Zeitungen lieber unterhalten, statt kritisch zu berichten, dann hat dies ökonomische Gründe. Man beißt nicht die Hand, die einen füttert. Das Reinheitsgebot „100 Prozent Journalismus und keine Märchen“ (Gabor Steingart) verkommt so zur idealtypischen Vorstellung.

Unabhängigkeit muss man sich leisten können. Nur eine Zeitung, die sich selbst erhalten kann, ist auch unabhängig. Darin liegt auch das offene Geheimnis von erfolgreichen Printmedien wie der „NZZ“. Wer Aktien dieser

Zeitung erwerben möchte, muss entweder Mitglied einer liberalen Partei sein oder sich zu einer „freisinnig-demokratischen Grundhaltung“ bekennen – ohne eine andere Parteimitgliedschaft. Ein solch exklusives Profil kann sich nur ein finanzstarkes Medium leisten: 205.000 zahlende Abonnentinnen und Abonnenten sind der schlagende Beweis. Nicht anders verhält es sich mit linksliberalen Erfolgsmodellen wie dem „Le Canard Enchaîné“, einem französischen Satireblatt mit fast 130 Mio. Euro Rücklagen (2019). Garantiert unabhängig. Genießt Kultstatus. Das allsehende Auge Frankreichs. Qualität verkauft sich von selbst und braucht kein Doping mittels staatlicher Gelder.

### Alles digital oder was?

Digitalisierung wird die Branche nicht retten. Als Amazon die „Washington Post“ übernahm, hatte die Zeitung längst mit Digitalisierungsprojekten begonnen. Dass die Zukunft der Medien zunehmend digital sein wird, ist unbestreitbar. Doch das löst nicht alle Probleme. Nur weil sich das Wetter ändert, verschwinden keine Krankheiten. Vieles ist hausgemacht und nicht umweltbedingt. Der Wurm liegt nicht selten in anachronistischen Strukturen, Denkgewohnheiten und einer mangelnden Unternehmenskultur. Google und Co. sind bei aller Kritik allzu oft eine Ausrede für eigene Versäumnisse. Der „Canard“ verwendet kaum Fotos, kommt ohne Werbung und Internet aus. Die Ausgaben werden dem Satireblatt förmlich aus der Hand gerissen. Politiker lesen das Blatt, um die jüngsten Hofintrigen zu erfahren, die selbst den staatlichen Sicherheitsbehörden entgangen sind.

Die Abermillionen, die im Namen der Presseförderung fließen, haben längst nichts mehr mit der ursprünglichen Intention zu tun. Eher mit Brot und Spielen. **Oliver Cyrus** ist Publizist und schreibt regelmäßig zu Themen der Außen-, Gesellschafts- und Kulturpolitik.