

# Von Märchen und Profit bei Journalismus-Geschäftsmodellen



*“Der Mensch ist ein geldgieriges Tier, und diese Eigenschaft kommt allzu oft seiner Güte in die Quere.” – Herman Melville, Moby Dick*

**Keine Märchen** wollen sie erzählen, die Gründer und Macher von Media Pioneer Publishing AG mit Sitz in Berlin – in der Bleibtreustraße 20.

**Unabhängig** wollen sie sein – sozusagen ein Versprechen, sich an die Werte eines vergangenen Journalismus zu orientieren. Intendiert somit auch die Abkehr von der Journaille. Der Leser sieht schon vor dem geistigen Auge das Wiederaufblühen hoher Ansprüche an einen Journalismus mit der Kraft der “vierten

Gewalt”.

**Werbefrei** wollen sie bleiben – in der Begründung für dieses Versprechen wird bestätigt, dass erst mit dem Verzicht auf die Erlöse aus Werbung die wirtschaftliche Abhängigkeit vom Auftraggeber vermieden werden kann. Andernfalls sei keine Unabhängigkeit möglich. Wie wahr – und doch auch so traurig, weil bisher immer geleugnet.

**Inspirierend** wollen sie sein – um „den anderen Blick“ (worauf eigentlich?) wieder zutage zu führen. Keine Indoktrination des Lesers, der soll inspiriert werden. (Wozu?)

**Partnerschaftlich** wollen sie ihre Geschäftsidee realisieren – der Leser der Texte (in welcher Form?) solle weder nur User und erst recht keine Zielgruppe sein, nein er wird in diesem Korpsgeist zum Teil der journalistischen Gemeinschaft. Experten sind erwünscht, die auch als Autor schreiben sollen – dafür winkt dann die Miteigentümerschaft.

**Pluralistisch** ist nicht zuletzt das Schlagwort für die anderen Journalisten – die werden dann nicht mehr als Konkurrenz gesehen, sondern als wertvolle (für wen?) Mitstreiter bezeichnet, die bei der Media Pioneer Publishing AG ihren Blick auf die Welt zelebrieren und publizieren können.

Mit diesen [Werbefloskeln wird das Medienunternehmen „neuen“ Typs beschrieben](#), das erst „100 prozentigen“ Journalismus ermögliche –keine Märchen. Wow! Da bricht aus allen Poren die sprachliche Verkommenheit hervor, die das beauftragte Werbeunternehmen mit dem Ziel produziert, die neue Marke bekannt zu machen. Sokrates hätte seine reine Freude gehabt, diesen Märchenerzählern Fragen zur Wahrhaftigkeit zu stellen.

Sie sind weder **unabhängig**, noch **werbefrei**! Mit 36 % der Aktien-Anteile hat die Axel Springer SE ([Societas Europaea](#)), die Verlagsgruppe der Marken wie Bild, Die Welt, Welt (Fernsehsender, früher N24), Business Insider und Fakt, die selber seit 2020 mehrheitlich in der

Hand der US-amerikanischen Beteiligungsgesellschaft [KKR](#) ist, einen erheblichen Einfluss auf das Geschäftsmodell von Media Pioneer Publishing AG. [Gabor Steingart](#), der Gründer, besitzt mit 54 % den größten Anteil an der Gesellschaft. Für die Miteigentümerschaft der Leser und der Autoren bleiben 10 % als Feigenblatt. Letztere Gruppe als Zielgröße.

Darüber hinaus wird mit dem [Redaktionsschiff](#) als Sitz der Redaktion ein Alleinstellungsmerkmal platziert, die VIP-Plattform werden soll, um den „VIPs“ der Bundesrepublik ein Gefühl der „Elitezugehörigkeit“ zu vermitteln. Natürlich teuer bezahlt, wie zu erwarten sein wird.

Auch die Idee der Miteigentümerschaft am Medienunternehmen ist nicht auf eigenem Mist gewachsen. Ebenso wenig wie die Idee eines unabhängigen und werbefreien Journalismus! Dafür steht vorbildlich die Genossenschaft [„Krautreporter“](#) ! Die erzählt auch keine Märchen, hat keinen konservativen Pressekonzern mit im Boot und realisiert Miteigentümerschaft als Genossenschaft und nicht als profitorientierte Aktiengesellschaft unter Einfluss und Zielgebung des Beteiligungsunternehmens [KKR!](#)

Der Straßename beim Firmensitz verrät es schon: dieses Unternehmen bleibt sich treu – denn Profit ist das Ziel, unabhängiger Journalismus wohl eher nicht.