Der Springer-Konzern goes „queer“ – steckt die amerikanische „Heuschrecke“ dahinter?

Als intelligente Leser des besten bürgerlich-konservativen Blogs in Deutschlands wissen Sie, dass wir/ich stets kritisch an die Themen unserer Zeit herangehen, gleichzeitig aber höchst vorsichtig bei sogenannten Verschwörungstheorien sind, mit denen alles immer leicht erklärbar ist, leider oftmals ohne belastbare Fakten und Quellen.

Als das Medienhaus Axel Springer den Chefredakteur Julian Reichelt im vergangenen Jahr rauswarf, habe ich darüber berichtet und glaube, das mit einiger Kenntnis der Materie getan zu haben, denn ich war selbst sechs Jahre Leitender Redakteur bei der BILD und kenne Julian Reichelt auch persönlich. Für mich ein großartiger Journalist, der Deutschlands größte Tageszeitung nach Kai *„Refugees welcome“* Diekmann wieder politischer machte und gerade bei Themen wie der verantwortungslosen Migrationspolitik der schlechtesten Bundeskanzlerin aller Zeiten BILD wieder zu einem echten Sprachrohr der Bevölkerung machte.

Nicht alle mochten das im Hause Springer, ganz sicher aber nicht im Bundeskanzleramt. Doch Reichelt zog seine Linie durch und zog Zorn der politischen Eliten auf sich. Und dann kamen die Heckenschützen, die Feinde im Innern, die meinten, noch ein Hühnchen mit ihm rupfen zu können, Vorwürfe, Flur-Gequatsche über sexuelle Eskapaden mit Mitarbeiterinnen und Drogenkonsum, und dann ein – man ist ja ein ambitionierter Konzern – ein Compliance-Verfahren. Reichelt überstand das, hatte weiter die Rückendeckung des mächtigen Matthias Döpfner.

Als die Kampagne dann erneut aufflammte, zog Döpfner die Reissleine und schmiss den wichtgsten Chefredakteur raus, der Merkel zugesetzt hatte wie kein anderer in Deutschland. Auch damals witterten Beobachter schon eine aus den USA gesteuerte Intrige der neuen Herren bei Springer hinter Reichelts Rauswurf.

Wie Sie wissen, zitiere ich gerne den früheren NRW-Ministerpräsidenten Jürgen Rüttgers, der bei vielen Gelegenheiten sein Mantra aufsagte, nach dem alles mit allem zusammenhänge. Und so machten mich einige von Ihnen schon damals darauf aufmerksam, dass Springer ein gigantisches Geschäftsfeld mit dem Erwerb des US-Politmagazins „Politico“ eröffnet hat. Der Angriff auf den amerikanischen Markt könnte die Überlebensgarantie des Medienhauses sein und der Weg in eine glänzende Zukunft.

Döpfner will Springer zum Weltmarktführer für digitalen Journalismus und Anzeigenwerbung entwickeln, und um das realisieren zu können, holte er den Hedgefonds KKR ins Haus. Mit knapp 48 Prozent ist die „Heuschrecke“ heute der größte Aktionär bei Springer. KKR mit Sitz in New York steht für Kohlberg, Kravis, Roberts & Co. und ist eine börsennotierte Beteiligungsgesellschaft.

Und bei solchen amerikanischen Unternehmen mit Kunden an der Ost- und Westküste ist linksliberales Denken Teil der DNA. Denken, das die Republikaner und Donald Trump verabscheut, dass Diversity (Vielfalt) propagiert und durchzusetzen versucht. Passt das zu einem Haus wie dem einst konservativen

Springer-Konzern? War ein Haudegen wie Reichelt an der Spitze der BILD da vielleicht im Weg und wurde abgeräumt, als sich die Chance bot? Unterwegs in eine neue Zeit?

Gestern hat Ralf Schuler, Chef der Parlamentsredaktion der BILD und der wahrscheinlich am besten vernetzte politische Journalist Deutschlands, seine Kündigung bei BILD öffentlich gemacht. Und wer als Journalist so einen hochbezahlten und einflussreichen Job hat, der schmeißt den nicht mal einfach so weg.

In einem Brandbrief an Döpfner und BILD-Chefredakteut Boie begründete Schuler seinen Schritt mit der vom Vorstandschef vorgegebenen Hinwendung zur Homosexuellen-Lobby, die sich jetzt „queer" nennt:

„Sich gegen Diskriminierung zu wenden, bedeutet aber nicht, sich die Agenda der LGBTQ-Bewegung zu eigen zu machen, wie wir es derzeit tun. Im Geiste Axel Springers treten wir selbstverständlich im besten freiheitlich-bürgerlichen Sinne für die Rechte des Einzelnen ein, diskriminierungsfrei zu leben, solange er niemandes Freiheit beschneidet.

Das bedeutet aber ausdrücklich nicht, dass wir „fest an der Seite der LGBTQ-Community im eisenharten Kampf für Menschenrechte und gegen Diskriminierung" stehen, wie es ein stellvertretender BILD-Chefredakteur im täglichen Briefing dieser Tage schrieb. Vom stalinistischen Schwulst der Formulierung einmal abgesehen, stehe ich keiner politischen Bewegung „fest zur Seite" und halte dies auch ganz grundsätzlich NICHT für die Aufgabe von Journalisten."

Und da hat Ralf Schuler absolut recht!

Menschen wie er, die eine Ehe noch für die aufs ganze Leben angelegte Partnerschaft eines Mannes mit einer Frau halten, sind nicht mehr gewünscht im woken Springer-Konzern. Da wittern die „queeren" Netzwerke Morgenluft, mit Rückendeckung der finanzkräftigen US-Heuschrecke und ihrer Buddies von East- und Westcoast die alte konservative Bastion im deutschen Journalismus schleifen zu können. Die Chancen dafür stehen gut, wenn jetzt sogar Matthias Döpfner auf queer umschaltet…

Bitte unterstützen Sie meine Arbeit mit einer Spende über PayPal @KelleKlaus oder auf unser Konto DE18 1005 0000 6015 8528 18.

„Making people happy" – Was ein erfolgreiches Unternehmen ausmacht

Vor fast 20 Jahren nahm ich an einer Chefredakteurskonferenz des norwegischen Schibsted-Medienkonzerns in Stockholm teil. Ein schickes Hotel am See, 30 Kollegen aus mehreren europäischen Ländern, Matjes in sechs verschiedenen Saucen zur Auswahl und Schwarzbrot. Tolle Atmosphäre, kreativ

und innovativ und jede Menge Spaß. Ich erinnere mich noch an einen Vortrag, bei dem uns der Refernt schilderte, dass man demnächst mit dem Handy bezahlen kann, wenn man vor einem Cola-Automaten steht und eine Dose Coke ziehen will. Boah, haben wir da alle gestaunt.

Und besonders erinnere ich mich noch an einen Top-Coach aus – na klar, woher sonst? – den USA. Zum Thema Unternehmensphilosophie brachte er uns bei: Um eine gute Idee zu beschreiben, bedarf es nicht mehr als fünf Worte. Fünf! Dabei müsse man sich stringend am Kern des Geschäfts ausrichten.

Als Beispiel wählte der Redner Walt Disney, der einst gefragt wurde, was seine Geschäftsidee sei. Er antwortete nicht, dass er Comicfiguren erfindet, Cartoons zeichnen lässt, Filme produziert oder Freizeitparks baut. Die Antwort von Walt Disney auf die Frage, was er eigentlich geschäftlich mache, lautete: „Making people happy!“ Menschen glücklich machen – das und nur das war seine Geschäftsidee.

Heute Morgen las ich von der Vorstellung des Geschäftsberichts 2018 des Axel Springer Konzerns, dem zufolge das Medienhaus „erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte“ (Döpfner) hinter sich hat. Wie ist das möglich, werden Sie jetzt fragen, wo doch nahezu alle Zeitungen seit Jahren massive Auflagenverluste und damit verbunden auch Einbußen im Anzeigengeschäft haben?

Ganz einfach: Weil sich das Nutzerverhalten, das Leserverhalten geändert hat. Das Zeitalter des bedruckten Zeitungspapiers ist vorbei. Es ist tot! Nehmen Sie Abschied! Die Zukunft ist digital – ob wir das wollen oder nicht. Und nicht aus Zufall steht Springer heute so glänzend da. Als andere noch in neue Zeitungsdruckereien investierten, schickte der Konzern den früheren BILD-Chef Kai Diekmann für über ein Jahr ins Silicon Valley nach Kalifornien. Seine Aufgabe dort: Essen gehen, Leute kennenlernen, Ideen aufsaugen und mit nach Deutschland bringen.

Ein schöner Job, oder? Mittags unter einem Sonnenschirm am Meer sitzen, frische Gambas („Catch of the Day“) essen, stilles Wasser mit Eiswürfeln genießen bei 35 Grad Celsius – ohne Krawatte und in Turnschuhen mit jungen Topstrategen von Google, Microsoft und Apple. Und die Milliardengeschäfte der Zukunft erdenken.

Was verkündete Matthias Döpfner gestern an Kernzahlen?

Der Anteil der digitalen Geschäfte am Konzernumsatz *stieg vergangenes Jahr auf 70,6 Prozent*. Digitale Geschäftsmodelle erwirtschafteten *84,3 Prozent des bereinigten operativen Gewinns. Der Umsatz stieg um 9,6 Prozent.*

Der gesamte Konzernumsatz *stieg um 4,1 Prozent auf 3,18 Milliarden Euro*. Der bereinigte Gewinn *stieg um 14 Prozent auf 737,9 Millionen Euro*.

Das sind die harten Fakten, die die Wirklichkeit abbilden. Nicht das vorfreudige Geraune im Internet, dass die „Systemmedien“ demnächst endlich zusammenbrechen werden, weil sie nicht mehr so viel gedrucktes Papier verkaufen.

„Wir befinden uns auf dem Weg zum reinen Digitalunternehmen“, sagte der Springer-Vorstandschef Döpfner gestern in Berlin. Verlagsgründer und Namensgeber Axel Springer wäre stolz gewesen.

Und sein Erfolgsrezept formulierte Döpfner so: „Zeichen der Zeit frühzeitig erkennen.“ Das sind nur fünf Worte. Und mehr braucht man nicht, um ein erfolgreiches Geschäft zu beschreiben.

Weitere Informationen finden Sie hier.