

Lutz Hachmeister, Günther Rager: Wer beherrscht die Medien?

In der Zeit des Internet wirkt die Weitergabe aktueller Informationen, die einer ständigen Veränderung unterworfen sind, in Buchform fast rückwärtsgewandt. Müssen denn Zusammenstellungen wie die hier vorliegende über die Medienkonzerne heute noch in Printfassungen vorgelegt werden? Ein Beispiel ohne Einspruchsrecht bietet die KirchGruppe, deren Auflösung und Neuorientierung einen langen Weg gingen und deren Konfiguration nicht mehr in der hier geschilderten existieren wird, wobei sich ganz neue Konstellationen ergeben werden, die wieder die Profile anderer Konzerne prägen.

Es ist klar, dass wir 2003 zu solchen festgezurrten Informationen ein ganz anderes Verhältnis entwickeln als zu Zeiten, da das elektronische Netz noch außerhalb unserer Vorstellungskraft lag. Vielleicht greift dieser schnelle Transportweg, dieser rasante Austausch von News sogar selbst in den Werdegang der Medienkonzerne ein. Wenn nun ein Kompendium wohlweislich "Jahrbuch" genannt wird, weil 'Jahrbücher' eine Ablauffrist haben und Vergängliches beinhalten, dann hätte es eher auf 2002 denn auf 2003 fixiert werden müssen. Wer nun dieses Jahrbuch wirklich benutzt, der kann immerhin daraus erfahren, wo die großen Konzerne angesiedelt sind, was ihre Geschichte ist, wie sie strukturiert sind (oder eher waren), wie ihr Management aussieht (aussah), welches das Engagement in Deutschland oder Europa ist (war) und welche Ausblicke prognostiziert werden.

Die 14 Autoren haben auch jeweils Literaturangaben für den mediengeschichtlichen Rückblick von "AOL Timer Warner Inc." (Ranking-Rang 1) bis "Zeitungsgruppe WAZ" (Platz 50) hinzugefügt. Fairerweise muss erwähnt werden, dass Mitherausgeber Hachmeister in seiner Einleitung "Medienpolitik und Wirtschaftskrise" einigen Einwänden zuvorgekommen ist. (Verlag C.H. Beck, München 2002, 432 S., Euro 17,90)