

Rupert Murdoch Medienmogul im Weltmaßstab

Die Zeitungszaren von England waren schon immer Ausländer - Kanadier wie Lord Thomson oder Conrad Black, Australier wie Lord Beaverbrook oder Rupert Murdoch. Letzterer aber wird es so schnell nicht einmal zum Sir bringen. Erstens hat er einen US-Paß, und zweitens hat er im vorigen Jahr einen Zeitungskrieg in London entfesselt, bei dem der zweiten Elisabeth gewiß die berühmten Worte ihrer Vorgängerin Viktoria einfallen: 'We are not amused.'

Denn dieser Krieg - 1993 senkte Murdoch den Preis seiner einst hochprestigiösen Times von 1,10 Mark auf 75 Pfennig und den des Massenblattes Sun auf eine halbe Mark - droht die Londoner Zeitungslandschaft zu verwüsten. Schon kämpft der Independent (Auflagenabsturz von 340 000 auf 277 000) ums Überleben, und der Telegraph seines kanadischen Konkurrenten Black konnte die Ein-Millionen-Auflage nur halten, weil sie im Juni ebenfalls auf 75 Pfennig ging.

Hat sich blutige Fehde für Murdoch gelohnt? Zwar konnte er die Auflage der Times um 165 000 verbessern, aber bis auf den Independent haben die anderen quality papers

ihren Anteil gehalten, und die rosagefärbte Financial Times hat sogar leicht angezogen. Experten schätzen, daß die Times trotz ihres Aufschwungs an die 40 Millionen Mark verloren habe, derweil Murdochs Haupt-Holding, News Corporation of Australia, im letzten Halbjahr 1993 einen Profitabfall von 50 Prozent verzeichnen mußte.

Aber das ist dem Ein-Mann-Medien-Multi (Nr. 3 nach Time-Warner und Bertelsmann), der als 'Hai' und 'King Kong' verschrien wird, wohl herzlich egal. Geld - genauer: Geld, das sofort fließt - hat es ihm nicht angetan. Sonst hätte er sich nicht mit 49,9 Prozent in den deutschen Pleitesender Vox eingekauft. Der Mann will, behauptet ein New Yorker Exfreund, 'die Welt beherrschen'.

Auf diesem Weg ist der 63jährige, der mit zwei geerbten Provinzzeitungen in Australien begann, schon kräftig vorangeschritten. Er kauft fast alles, und fast überall. In Australien beherrscht er mit über 100 Blättern 70 Prozent der täglichen Zeitungsauflage. In England verkauft allein das Massenblatt Sun über vier Millionen. Sein Prachtstück in Amerika ist der TV-Newcomer namens Fox,

der - gespeist von den gewaltigen Filmreserven der 20th Century Fox - drauf und dran ist, einen der drei Traditionsgiganten (ABC, NBC, CBS) zu deklassieren. Mit Vox hat er ein Bein im lukrativen deutschen Fernsehmarkt, und dieses wird unter seinem rabiaten Kostenmanagement gewiß nicht einknicken. Den besten Griff hat Murdoch mit dem Kauf des kränkelnden Star TV (Hongkong) getan. Diesen Satellitensender kann man inzwischen von Tel Aviv bis Tokio empfangen; potentiell ist dies ein Markt von drei Milliarden. Gegen Murdoch ist der italienische Medienzar Berlusconi ein Kleinklitschenverwalter.

Wie Berlusconi steht Murdoch dort, wo einst Reagan und Thatcher Konservatismus und Kapitalismus zu vereinen trachteten. Will auch er die Macht? 'Ich bin zu alt für solche Träume', hat er dem Spiegel anvertraut. Die muß er auch gar nicht haben. Wer ein Medienimperium besitzt, das unaufhörlich wachsend den ganzen Planeten umspannt, der hat die Macht schon - auch die politische.

Josef Joffe