



# 2013/11 Thema

<https://shop.jungle.world/artikel/2013/11/grossbritannien-nobody-too-big-fail>

**Über den Zustand linker Medien in anderen Ländern Europas**

## **Großbritannien: Nobody is too big to fail**

Von **Fabian Frenzel**

<none>

In Großbritannien sind die kleinen linken Zeitschriften in unterschiedlicher Weise von der Krise der Printmedien betroffen. Der Trend hin zu digitaler Bereitstellung von Inhalten wirft die Frage auf, wie Einnahmen erwirtschaftet werden können. Dies trifft auch auf die »Großen«, am deutlichsten wohl auf die Tageszeitung Guardian zu, die eine preisgekrönte, weltweit gelesene Website und gleichzeitig eine ständig sinkende Druckauflage hat, mit täglich rund 100 000 Pfund Verlust. Die Verluste werden in der Verlagsgruppe des Guardian durch das kommerziell sehr erfolgreiche Magazin Auto Trader aufgefangen, in dem Autos zum Verkauf angeboten werden. Allerdings bezweifeln viele Kommentatoren, dass dieses Modell langfristig erfolgreich sein kann. Der Guardian hat in den vergangenen Jahren mehrere umfangreiche Einsparungen hinnehmen müssen.

Bei kleineren linken Traditionsmagazinen wie dem New Statesmen, der zweiwöchentlich erscheint, ist Krise nichts Neues. Der New Statesmen war bereits 1996 durch die Intervention des Millionärs und Labour-Parlamentariers Geoffrey Robinson gerettet worden. Auch hier gilt: Die Verkaufszahlen der Zeitschrift stagnieren, während die kostenlose Internetseite expandiert. Auch gibt es neue kleine Projekte, etwa das 1995 gegründete Magazin Red Pepper. Dieses ist aus Zeitungsprojekten hervorgegangen, die im Zusammenhang mit dem Streik der britischen Bergarbeiter in den achtziger Jahren entstanden waren. Dass ein solches Magazin überlebt, hängt mit den niedrigen Löhnen der Redakteure und der oft unbezahlten Praktikantenarbeit zusammen, wie die Redaktion auf der Website beschreibt. Red Pepper hatte 2007 mit neuen jungen Redakteuren (»too young to be involved in the miners strike«) einen Neuanfang eingeleitet, die Internetseite ausgebaut und erscheint seitdem nur noch alle zwei Monate mit einer Auflage von 7 000.

Sehr erfolgreich, mit einer Auflage von 200 000, ist Private Eye, eine Satirezeitschrift, die hochnäsigen »public school boy«-Humor (Privatschüler-Humor) mit spezifisch ausgerichtetem investigativen Journalismus kombiniert. Die zweiwöchentlich erscheinende Zeitschrift erhält viele Insiderhinweise auf Skandale in der Politik, in der Finanzindustrie und in den Medien. Sowohl die Aufmachung also auch den Onlineauftritt der Zeitschrift muten wie Relikte aus anderen Zeiten an, was dem Ansehen der Zeitschrift allerdings nicht zu schaden scheint.