

Auszug aus FÖEHN bei Context XXI

(http://contextxxi.org/prospektmaterial-basta-wiener-news.html)

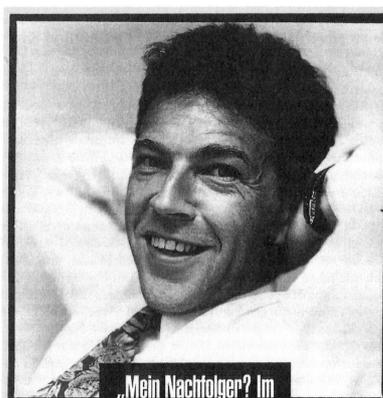
erstellt am: 29. März 2024

Datum dieses Beitrags: 1995

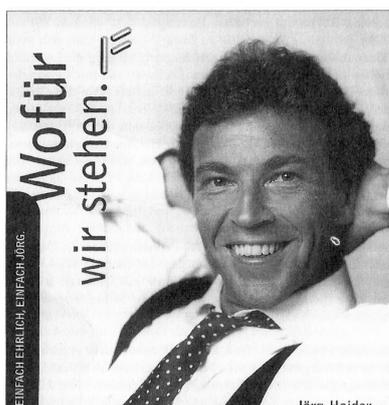
Prospektmaterial Basta, Wiener, News

■ MARKUS WILHELM

Kommt Zeit, kommt Rat. Kommt Zeitgeist, kommt Unrat. *Basta*-Chef W. Schima bejubelte bereits die Wahl Haider zum FPÖ-Obmann am Innsbrucker Parteitag 1986: „Ich habe die Ehre und das — warum nicht? — Vergnügen, die nationale Hoffnung auf seinem Siegeszug zu begleiten.“ Was folgt, ist eine ununterbrochene Serie von Werbe-Artikeln von der Art „Haider's Plan: So will der blaue Durchstarter Kärntner Landeshauptmann werden“, „Die zwei Gesichter des Jörg H.“, „Die FPÖ im Siegesrausch: Sekt für alle“, „Jörg Haider: Die Kampfansage“, „Haider's Heide“, „So räumt Jörg in Kärnten auf“, „2 Tage und 2 Nächte mit Haider's Crew“, „Blaue Zukunft: Jörg light“, „So will Haider Kanzler werden“, usw. All das raffiniert versteckt hinter *Basta*-Aufmachern wie „Sex im Büro“, „Wieviele Frauen braucht der Mann?“, „Mythos Busen“, „Wenn Frauen Pornos machen“, „Mach mich heiß“, „Sex für die 90er“, „Frauen, die kommen“, „Geile Heimat“, „Sex 2000“ usw. Gelockt werden die Leute mit Porno, hineingedrückt bekommen sie Politik. Da, wo sie am schwächsten sind, am beschädigsten, werden sie gnadenlos gepackt. Haider trifft auf die offene Wunde.



Beim *Basta*-Termin (siehe auch Foto auf S. 19) wurde im Frühjahr 1991 jene Haider-Pose gefunden (oben), die die FP-Werbestrategen dann ...



... im Nationalratswahlkampf 1994 in Broschüren (oben), Annoncen und auf zigttausenden Plakaten höchst erfolgreich einsetzen konnten.

Nach Haider-Geschichten im Dezember-*Basta*, im Jänner-*Basta*, im Feber-*Basta* und im März-*Basta* kam es zum offenen Bruch zwischen *Basta* und Haider. Eine *Basta*-Geschichte hatte seinen hohen Ansprüchen nicht genügt. *Basta*-Chef Schima, für den Haider einst, wie er selbst

sagt, „Tag und Nacht“ zu sprechen war, rotzt sich im April unter dem Titel „Jörg Haider ist uns böse. Er spricht nicht mehr mit uns.“ aus: „Jörg Haider ist in unserem Blatt oft vorgekommen. Wir waren dabei, als er am mittlerweile berühmt-berüchtigten Innsbrucker Parteitag seinen Vorgänger Steger entmachtete, wir begleiteten ihn bei seinem Triumph bei den letzten Nationalratswahlen, wir verkleideten ihn für eine Faschingsgeschichte sogar als König David. Und ziemlich vieles mehr. Jörg Haider ist, so glaube ich, damit nicht schlecht gefahren.“ (*Basta*, 4/89) Und schwuppidiwupp konnte Schima bereits im Mai wieder ein großes Interview mit Haider führen. *Basta* jubelt: „Jörg Haider nahm den von ihm verhängten Interview-Boycott gegen unsere Zeitung zurück.“ (*Basta* 6/89)

Haider geht gerne regelmäßig zu *Basta*, *News* und Co., sich neue Wähler abholen. Weil die Zeitgeistmagazine ständig die Leserschaft erhöhen müssen, mit Heulern am Titelblatt und mit Gewinnlosen im Paket, trocknet dieses Reservoir nie aus. Auf diese Magazine fallen nur vom Kapitalismus sehr Verkrüppelte regelmäßig hinein. Diese Magazine können nur über vom Kapitalismus *sehr* Verkrüppelte herfallen. Die sind auch Haider's Hoffnungsmarkt. Gerade solchen imponiert ein Goscherter, ein Anschütter, der stellvertretend für sie auf den Tisch haut. Haider sieht das glasklar: „Was wären wir ohne *Basta* — was wäre *Basta* ohne uns?“ (*Basta* 5/1992)

Logischerweise ist Haider auch fürs Privatfernsehen. In Deutschland wäre er ständig auf allen Kanälen der Gattung *Wiener* oder *News*, könnte sich von ein-

er Talk-Show zur nächsten hanteln. Und hätte die kaputten Leute, die an diese Sender *angeschlossen* sind, zum Greifen nah.

Basta liebt Haider heiß. Und für die *Wienerin* zieht er sich sogar aus. In der Ausgabe zur ersten Nationalratswahl als Spitzenkandidat bringt die *Wienerin* „Playmate [= Spielgefährte] Jörg Haider“ (Titel) in neun zum Teil ganzseitigen schlüpfrigen Bildern, begleitet von ebensolchen Texten: „Die Hände über dem Kopf, das brünette Haar verführerisch angefeuchtet, räkelt er seinen nackten Rücken in der Nachmittags-Sonne. Braungebrannt und Muskulös Ganz klassisch griechisch und professionell. Die Augen werden eine Spur enger. Das Blau-Grau der Augen einen Deut tiefer. Wie aus Stahl. (...) Hübsche Hände, kraftvoll-sehelig.“ (*Wienerin*, November 1986). Noch hilfreicher ist freilich der große Bruder der *Wienerin*, der *Wiener*. Mit nackten fünfzehnjährigen Mädchen auf dem Titel wird hinterrücks Haider an den Mann gebracht. Wer nach den bunten Bonbons „Das neue Lustzentrum der Frau“, „Sex-Terror“, „Erotic-Aerobic“, „Sex-Hormone“ oder „Videos, die alles zeigen“ langt, kriegt gewaltige Dosen Haider verabreicht: „Unglaublich: Haider plant die Dritte Republik“, „Haider ist nicht zu stoppen“, „Haiders Kanzler-Poker“ usw.

Mag sein, daß der *Wiener* der SPÖ nahesteht. (Vranitzky steht ja auch Haider nahe.) Aber Geschäft ist Geschäft. Und Haider ist eines. Von Zeitschriften wie dem *Wiener* ist anzunehmen, daß sie ohne zu zögern ihren eigenen Henker aufs Titelblatt setzen würden, wenn es ihnen eine höhere Verkaufszahl brächte.

Haider wird von den Medien von Erfolg zu Erfolg gepeitscht. Den größten Knall hat die *Kronenzeitung*: „Jörg Haider ist ein Politiker wie ein Wunschtraum.“ (11.5.86) Nicht nur vor der Nationalratswahl 1986 wird dort im Stile von „Wenn Haider lacht, geht die Sonne auf.“ (*M. Jeannee*) berichtet. Die FP erntet auf dem Feld, das die Krone bestellt hat.

Das unausgesetzte Zusammenspiel zwischen dieser superkapitalistischen Zeitung und dem superkapitalistischen Politiker wäre eine eigene Geschichte.

Kleines Beispiel: Staberl hat ein Leben lang für Haiders „Ausländer-Volksbegehren“ vorgearbeitet. Haider formuliert einen entsprechenden Volksbegehrens-Text in 12 Punkten. Staberl lobt in seiner Kolumne „Haiders simple zwölf Punkte“ (30.10.92) — Die FPÖ Tirol macht eine Postwurfsendung (*Tirol Information / Folge 72, November 1992*), die nur aus Staberls Kolumne „Haiders simple zwölf Punkte“ besteht.

Keine Frage, daß Haider, der in und mit der *Kronenzeitung* auf Anti-Privilegien-Kampf macht, das Privileg der *Kronenzeitung*, für ihr neues Druckhaus 200 Millionen Steuerschillinge Subvention einzustreichen, nicht bekämpft.

Wenn Haider das alles zahlen müßte nach Inseratentarif, würden die Industriellen-Spenden gerade für die fetzigen Bildunterschriften ausreichen, z.B. in *News*. *News* hatte Haider in seine Blatt-Strategie von Anfang an fix eingeplant. Es hat den geforderten Erfolg des Magazins an den Erfolg Haiders geknüpft, nach dem Prinzip, ihn weiterzuschubsen und sich dranhängen, weiterzuschubsen und dranhängen. Das läßt sich belegen. *News 1* brachte einen Gastkommentar J.M.Simmels zu Haider. *News 2* widmete ihm die gesamte Flappe „So will Haider Kanzler werden“, eine 6-Seiten-Geschichte mit 12 Fotos und den Leitartikel. In *News 3* gabs vier Seiten für ihn und den Leitartikel. Nach zwei Heften mit kleineren Haider-Geschichten und einem Leitartikel drehte *News 6* mit Haider-Foto auf der Flappe, vier Seiten Haider plus Leitartikel wieder voll auf. *News 7* schenkte ihm die ganze Flappe mit Foto, brachte sieben Seiten zu seinem Volksbegehren, ein doppelseitiges Interview und einen Leitartikel, garniert mit insgesamt fünf Fotos. Schon auf den ersten 28 Seiten ist der Name Haider mehr als sechzigmal zu lesen. Das hat nichts mit Journalismus zu tun, das ist etwas anderes. Und so geht es weiter. *News 8* hat Haider wieder auf der Flappe und zwei Geschichten im Heft. *News 9* kündigt ihn am Titel an, und bringt drei Seiten tolle PR-Fotos vom Felskletterer Haider und zwei weitere Haider-Geschichten. Und das geht so weiter. *News 10* hat einen Haider-Köder am Cover nebst mehreren Haider-Seiten im Heft, *News 11* detto. Im zwölften Heft bekommt er zwei Seiten für sein

Volksbegehren, im dreizehnten gehören ihm das Titelblatt und zehn Volksbegehrens-Seiten und der Leitartikel. Das vierzehnte Heft räumt ihm sechs Seiten zum Thema Volksbegehren und zwei Seiten für ein Interview („Haider: Ich bin der Tarzan“) und eine Seite Leitartikel ein. Im fünfzehnten *News* ist er auf der Flappe und auf sechs Seiten im Innenteil, im sechzehnten ist er mit Foto auf der Flappe und mit acht Fotos auf acht Seiten im Heft. An Zufall ist da nicht zu denken. Das ist ausgetüftelt von Marketing-Experten. Übrigens zierte bereits die allererste, nur in Inserentenkreisen kursierende Musternummer der Zeitschrift eine Flappe mit Haider-Foto und Titel „So will Haider Kanzler werden“.

Wer bringt wen? *News* Haider? Haider *News*? Bringt die CA die Tennistrophy an die Leute oder die Tennistrophy die CA an die Leute? Bringt Benetton Schumacher oder Schumacher Benetton? Ist Haider für *News* die Trägerrakete oder umgekehrt?

Der Personenkult der Lifestyle-Magazine ist, abgesehen von der Person, um die er sich hier im speziellen entwickelt, zutiefst antidemokratisch. Die Einengung auf Stars, egal ob echte oder falsche, egal ob aus Sport, Schauspiel oder Politik, leistet prinzipiell faschistischer Entwicklung Vorschub. Kapitalistische Massenmedien, die auf diese Weise um Reichweiten Krieg führen müssen, treiben automatisch Führerkult.



Nicht Haider ist faschistisch, sondern die Woge, die ihn trägt: Haider wird von *News* durchaus nicht von oben herab, sondern von unten hinauf behandelt. Dies ist kein Wahlkampf-Foto, sondern ein Zeitungs-Foto! Nicht Haider setzt diese Mittel ein, sondern die Illustrierte. Der *News*-Fotograf fotografiert Haider wie Hitlers Leibfotograf Hofmann seinen Führer. Die Überhöhung durch *News* ist faschis-

tische Idolisierung. (News, 12.1.95)

Das neue Magazin von *Basta*-Gründer W. Fellner gefällt Haider von Anfang an: „News scheint mir auf den ersten Blick schwungvoll, vielseitig und inhaltlich interessant zu sein.“ (News, 22.10.92) Nach den ersten sechzig Haider-Seiten in drei Monaten *News* vertritt Haider den News-Chefredakteuren W. Fellner und W. Schima „in aller Freundschaft“: „Mi stört an News gar nix. Ich lese es mit Begeisterung.“ (News, 21.1.93). W. Fellner nach zehn Monaten *News*: „Jörg Haider hat tatsächlich wenig Grund, sich über News aufzuregen. Seit der ersten Nummer haben wir ihm in besonders fairer Weise überdurchschnittlich viel Platz für seine Meinung eingeräumt.“ (News, 12.8.93) Wahrscheinlich deswegen holte sich Haider die News-Journalistin Edda Graf 1994 als seine Pressereferentin ins FP-Hauptquartier.

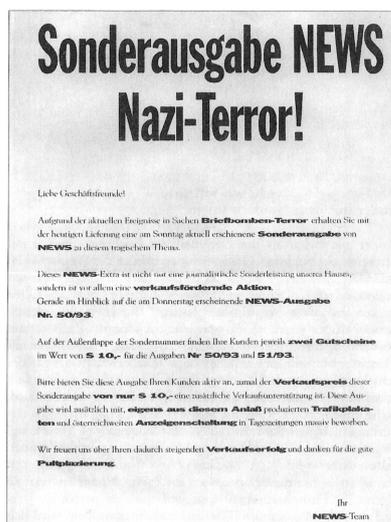
Zum besseren Verständnis der Klüngelei von reaktionärer Politik und kapitalistischer Presse zwei Beispiele: Auf acht pralle scheinkritische Seiten über Haiders Volksbegehren folgt im *News* vom 19.11.92, das ist knapp vor der Eintragungswoche, eine vierseitige Horrorgeschichte, die nur als Schwall Wasser auf Haiders Mühlen gedacht sein konnte: „250.000 Russen kommen ab Jänner nach Österreich, Zehntausende wollen bleiben. News-Reporter Andi Kuba besuchte unsere zukünftigen Landsleute.“ - - - Nach den ersten Briefbomben warf *News* im Dezember 1993 flugs eine Sondernummer auf den Markt. Nebenstehend der Beipackzettel für die Verschleißer.

Der Kreis schließt sich. Die halbe News-Redaktion kommt aus der alten A Z,

dem Zentralorgan der SPÖ. *Wiener/Basta* gehört H. Schmidt, dem Besitzer der Werbeagentur GGK, einem engen Freund von Vranitzky. Faschismus ist nicht etwas, was uns Haider aufzwingt. Faschismus ist etwas, was das kapitalistische System mit sich bringt. Haider ist höchstens eine Personalreserve, die sich unentwegt anbietet. Wir sind zurück am Ausgangspunkt dieses Heftes, beim Titel.

Welcher ungeheure materialmäßige, personelle, mediale, schaustellerische, geldliche Aufwand getrieben wird, um uns abzulenken, wird in diesem Heft auf jeder Seite deutlich! Wir schauen immer dem Finger nach, mit dem der eine auf den anderen zeigt immer im Kreis herum! Und da sollten wir nicht schwindlig werden!

Vranitzky lenkt uns, wenn er auf Haider ablenkt, nicht nur von Vranitzky ab, Haider lenkt uns, wenn er von den Geldleuten in seinem Rücken ablenkt, nicht nur von seinen Geldleuten ab, schlimmer! Viel schlimmer! Von uns selber werden wir abgelenkt, da wie dort! Das hat System in diesem System! Von unserer eigenen Stärke, von unserer eigenen Kraft müssen wir abgelenkt werden, das ist die Voraussetzung jeder Herrschaft über uns!



Ihr Gott ist der Umsatz: Der Briefbomben-Terror bringt *News* „steigenden Verkaufserfolg“.

Welche unendlichen Häufen Dreck wir wegschaffen müssen, bis wir selber zum Vorschein kommen! Und unversehens sind wir mit neuem eingedeckt, sowie wir Radio oder Fernseher anwerfen, eine Zeitung oder eine Illustrierte zur Hand nehmen. Ob wir auf Haider oder auf Schlüssel oder auf Petrovic oder auf Schmidt oder auf Vranitzky setzen, das ist nicht der Punkt. Auf jemand von ihnen setzen sollen wir. Darum geht es. Ob wir für Haider sind oder gegen Haider, das ist egal. Auf beide Arten sind wir gefangen.

Unsere gute Zukunft liegt nicht im Bremsen des einen oder im Forcieren des anderen. Haider wählen oder die Nichthaider wählen, beides gleich falsch! Beides die falsche Richtung!

Markus Wilhelm: Geboren 1956, von Beruf Zuspitzer in Sölden im Ötztal, Mitbegründer des FCEHN (1978-1981), Wiedergründer und Herausgeber des FCEHN (1984-1998). Seit 2004 Betreiber der Website *dietiwag.org* (bis 2005 unter *dietiwag.at*), Landwirt.

Lizenz dieses Beitrags

Copyright

© Copyright liegt beim Autor / bei der Autorin des Artikels