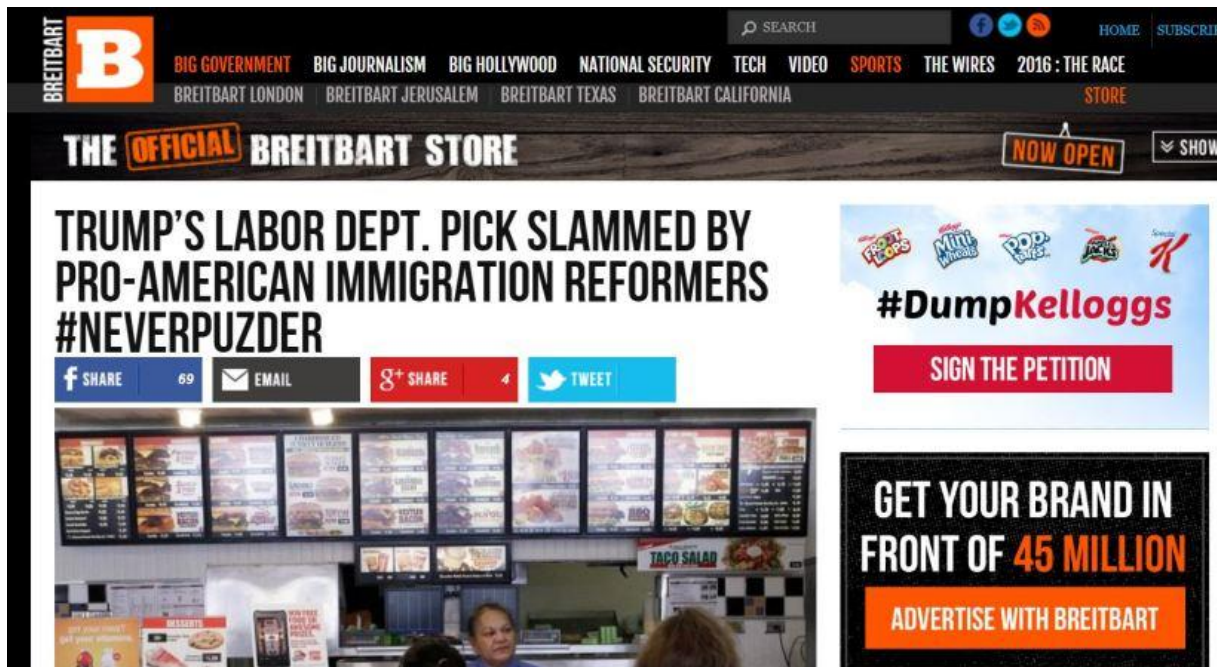


Diese deutschen Unternehmen wollen konservative Medien nicht mehr unterstützen

von David Berger

veröffentlicht am 09.12.2016 von



Der Wahlsieg Trumps, aber auch die Erfolge der AfD in Deutschland haben gezeigt: Wahlen werden nicht mithilfe der klassischen Medien, sondern über das Internet und hier vor allem die sozialen Netzwerke gewonnen.

Erfolgreichen Onlinemagazinen und -Blogs kommt daher eine immer größere Bedeutung zu.

Das wissen zum einen die Politiker, die derzeit durch allerlei Zensurmaßnahmen bis hin zu Drohungen gegen die großen sozialen Netzwerke von Facebook bis Twitter, diesen Bereich unter Kontrolle zu bringen wollen.

Zugleich muss man aber auch wissen: Auch Online-Journalismus kostet Geld. Einige versuchen das dadurch, dass sie das Lesen einzelner Artikel oder der ganzen Website kostenpflichtig machen. Andere rufen ihre Leser, teilweise mit sehr nervigen Methoden, zum Spenden auf. Die meisten jedoch machen es ähnlich wie die großen Medien, die nicht zwangsgebührenfinanziert sind, sie finanzieren ihre Internetseite über Werbung.

Den Unternehmen kommt daher eine noch größere Macht zu, wenn es darum geht, welche Nachrichten uns überhaupt erreichen, wer uns über Hintergründe informiert und das Tagesgeschehen kommentiert. Wie schief das laufen kann, sehen wir tagtäglich an unseren Nannymedien.

Im Zusammenhang mit dem Linksrutsch von Politik und Medien wird aber auch zunehmend Druck auf Unternehmen ausgeübt, die bei dieser Radikalisierung nicht mitmachen.

Inwiefern das auch im Zusammenhang mit den Plänen von [Breitbart-News](#), eine deutsche Version des Magazins zu etablieren, der Fall war, ist nicht klar. Was aber jetzt bekannt wurde: Wichtige große deutsche Unternehmen haben – nach dem Wahlsieg Trumps, der auch der fairen Nachrichtenerstattung von Breitbart zu verdanken ist – ihre Werbung dort eingestellt.

Der Blog [„Christen in Verantwortung“](#) berichtet

- ▶ „Die Zensur und Verleugnung konservativer Nachrichtenportale nimmt weiter an Fahrt auf. Mehrere große deutsche Unternehmen haben jetzt ihre Werbung auf der US-Internetseite [breitbart.com](#) gestoppt.

Unter anderem **BMW**, **Rewe**, **Telefonica Deutschland** und die **Deutsche Telekom** folgten damit dem Beispiel von dem Hersteller **Kellogg's**, der seine Werbung bei „Breitbart“ bereits in der vergangenen Woche beendet hatte.

→ Die staatstreue Deutsche Telekom erklärte, man bedauere, auf der Seite geworben zu haben. „

♦ **Ähnliche Vorgänge spielen sich derzeit bei der „Achse des Guten“ ab. Dazu kann man hier näheres erfahren: [Der Denunziant von Scholz&Friends](#)**

Wem guter Journalismus, Presse- und Meinungsfreiheit wichtig sind, sollte sich gut überlegen,

- ▶ inwiefern er **BMW**, **Rewe**, **Kellogg's** usw. durch seine Einkäufe weiter unterstützen möchte ...



- ▶ Auf der Webseite von Breitbart kann man eine Art Petition unterzeichnen, mit der man erklärt, nie mehr Produkte von Kellogg's zu kaufen: [DUMPKELLOGGS](#)