**Ruby Tuesday Kommentar bei KONTEXT Wochenzeitung 451: Jung und nicht naiv.** <https://www.kontextwochenzeitung.de/medien/451/jung-und-nicht-naiv-6333.html>

Sascha Lobo ist etabliert im öffentlich-rechtlichen Sendebetrieb. Wie es um Tilo Jung steht bleibt unklar, denn, dass sich ihm die Herzen der Jungen bis 35 zuwenden, ist denkbar, aber eher unwahrscheinlich. Das Anklicken eines Beitrags bedeutet nicht unbedingt „zu ende gesehen oder gelesen“. Wenn „die Alten der Branche“, wie von Tilo Jung empfohlen, in den Spiegel schauen, sehen sie Redaktionsfamilien oder Kollektive in die man hineinwuchs. Zeitung bedeutete Bildungsauftrag, man konnte sich auch auf eine erfolgreiche Anwendung der Rechtschreibregeln verlassen. Ich gebe es zu, manche Redaktionssekretärin war wegen der Rechtschreibfehler oft zu Tränen gerührt.

Mit dem ersten Druckexemplar in der Hand ging es zum petit déjeuner nach deutscher Art. Kännchen Kaffee und belegte Brötchen, am Tresen oder Marktstand einer der Redaktion nahegelegenen Markthalle. Dort gab es die wertvollen Tipps, worüber das Schreiben lohnt. Bundes- oder Landespressekonferenz bedeutete Regierungs-Wärmestube - maximal tauglich versäumten Schlaf nachzuholen. Es gab und gibt dort, wie heute auch, ausgedruckte, fertige Pressemitteilungen. Die Berichterstattung richtet sich in der Folge vornehmlich an politische Wendehälse.

Die heißen Boulevard-Tipps kamen vom Personal des Berliner Salambo oder anderer Etablissements. Alle „hochwichtigen“ Hintergrundgespräche fanden in der VIP-Lounge der Falschgoldfestung, dem Springer-Hochhaus in der Kochstraße, statt. (Klaus Hoffmann: Salambo.) Lohnt sich. <https://www.youtube.com/watch?v=NyjO0ZB9ovg>

Warum drucken die einen nicht mehr, was andere finanzieren und dritte nicht mehr lesen? Das Druck- und Anzeigengeschäft hat sich verlagert. Der Anteil ausländischer Zeitungen und Special Interest Magazine hat zugenommen. Wöchentlich werden mehrere Anzeigenblätter verteilt. Diese geben, viel zu oft, die „Stimme ihres Herrn“ wieder.

Knapp 500 Gramm brachte die „seewoche“ auf die Haushaltswaage. Das Anzeigenblatt „seewoche“ kommt aus dem Südkurier Medienhaus. Früher inserierten ALDI und die gesamte Discountersippe, vierfarbig, ganzseitig, donnerstags, in Abonnement- und Boulevardblättern. An den Wochenenden dominierten Immobilien, Möbelhäuser, Kultur- und Reiseseiten, Stellenanzeigen. Anzeigenblätter beherrschen den Markt. Sie sind nicht förderungsfähig. Trotzdem werden kostenlose Anzeigenblätter, im Auftrag des SPD-Wirtschaftsministers, mit Vertriebskostenzuschüssen belohnt. Ein Ergebnis Rotwein trinkender Lobbyisten, Verleger, Minister und Staatssekretäre.

Neue junge Sendeformate wurden bei zdf-neo oder ONE, obwohl gut gemacht, aufgegeben mangels Einschaltquote. Sieben bis acht Millionen Zuschauer hatte die Plattenküche vor Jahrzehnten. Heute reicht für Skandale ein Böhmermann. Anderthalb Stunden Sarah Wagenknecht, ohne Kostümwechsel, empfinde ich eher als langatmig.

Seine erfolglosen Bemühungen, im öffentlich-rechtlichen Sendebetrieb zu landen, fanden ein Ende in der Tilo Jung Ich AG. Seine Biografie nennt Schülerreporter beim Nordkurier, Studium Jura Betriebswirtschaftslehre. Nominierungen für Auszeichnungen liegen recht lange zurück und so kommt er wohl auf das Thema Altenbashing, das besonders die Jungen der Union begeistert. Sein Flug zurück nach Berlin lässt sicher die Fridays for Future und deren große Anhängerschar an ihm zweifeln, gibt es doch gute und direkte Bahn- und Busverbindungen. Aber für die Belange der Fridays for Future Jugend ist Jung wohl selbst inzwischen etwas zu alt, mit bald 35 Jahren.