

Krise ohne Ende

Ob Zeitung oder Fernsehen: Triste Perspektiven – mit einer Ausnahme

Elisabeth Schreiber*

» Zum ersten Besuch kam der neue Hausherr mit dem Privatjet. Doch er drehte nur eine kurze Runde in der Redaktion von *Nice-Matin*, dann ging es schon weiter nach Marseille. Zum nächsten Verlag. Der 70-Jährige hat gleich auf einen Schlag fünf Zeitungen gekauft, zusammen mit dem Sohn des verstorbenen französischen Medienzars Robert Hersant (1920–1996), der sich damit auf Umwegen einen Teil des väterlichen Erbes sicherte.

Bernard Tapie, Tausendsassa, einstiger Minister, einstiger Adidas-Boss, Exchef des Marseiller Fußballclubs *Olympique* und noch vieles mehr, selbst das Gefängnis hat er von innen kennengelernt, ist seit ein paar Jahren finanziell wieder obenauf und stellt sich 2013 einer neuen Herausforderung. Als Schnäppchen gingen alle Zeitungen des französischen Südens nach langen Verhandlungen und viel Manöver über den Ladentisch: *La Provence* in Marseille, *Nice-Matin* in Nizza, und dann noch *Var-Matin* und *Corse-Matin*. *France Antilles*, eine Tageszeitung, die in den drei Überseedepartements Guadeloupe, Martinique und Französisch-Guyana erscheint, gehört auch noch dazu. Tapie wird nachgesagt, er wolle sich mit *La Provence* den Weg ins Marseiller Rathaus ebnen. In Frankreich stehen 2014 Kommunalwahlen an. Der Millionär bestreitet jegliche Bürgermeisterpläne. Vom Verlagswesen hat er jedoch keine Ahnung. Im Aufkauf von maroden Unternehmen kennt er sich dagegen bestens aus. Damit hat er schon in den 1980er-Jahren seine ersten Reichtümer verdient.

Der umstrittene Alleskönner ist nicht der erste französische Geschäftsmann, der bei der Presse einsteigt. Ein Rothschild mischt seit ein paar Jahren bei dem linken Blatt *Libération* mit. Die größte landesweite Tageszeitung *Le Figaro* gehört dem Flugzeugbauer Dassault, *Le Monde* einem Trio aus zwei Geschäftsleuten und einem Banker

und das Wochenmagazin *Le Point* ist ebenfalls im Besitz eines Industriellen. Die Liste ließe sich noch um viele Namen verlängern.

Eigenständige Medienkonzerne sind in Frankreich im Gegensatz zu Deutschland (*Bertelsmann*, *Burda*, *Bauer* ...) selten. *Ouest-France*, die bedeutendste regionale Tageszeitung – mit einer verkauften Auflage von über 800 000 Exemplaren bedient sie weite Teile Westfrankreichs – ist da eine Ausnahme. Immerhin, bislang kommt *Ouest-France* noch ganz gut über die Runden. Doch auch diese Zeitung mit über 40 Lokalausgaben und mit Sitz in Rennes muss aus dem großen staatlichen Subventionstopf gespeist werden, ohne den kaum noch eine französische Zeitung überlebensfähig wäre.

Staatliche Gelder in Milliardenhöhe

1,2 Milliarden Euro pro Jahr lässt sich der französische Staat seit Jahrzehnten schon die direkte und indirekte Unterstützung der Presse kosten. Er will so die Medienvielfalt garantieren. Mit diesen Geldern wird dann der Vertrieb finanziert, das Porto niedrig gehalten sowie die Mehrwertsteuer, die bei nur 2,1 % liegt. Denn während die deutsche Presse über ein modernes Produktions- und Vertriebssystem verfügt, schlagen sich die Franzosen mit teuren ineffizienten Druckereien und einem archaisch organisierten Vertrieb herum, der

* Elisabeth Schreiber ist Journalistin in Frankreich.

zudem noch das Monopol besitzt. Die Verleger haben praktisch keine Wahl. Doch trotz der staatlichen Hilfe ist die größte der beiden Vertriebsgesellschaften, *Presstalis*, inzwischen so pleite, dass 2013 ein Sozialplan ansteht, bei dem die Hälfte der Belegschaft entlassen werden soll. Streiks sind deshalb häufig – mit dem Ergebnis, dass es tagelang überhaupt keine Zeitungen mehr gibt.

Kritiker sagen, die Vertriebskosten in Frankreich seien die höchsten der Welt. In Deutschland organisieren die Zeitungen ihre Zustellung meistens selbst. Denn die Mehrheit der Leser hat ein Abonnement. Abonnements sind in Frankreich hingegen die Ausnahme. Die einzelnen Blätter müssen jeden Tag neu am Kiosk um die Gunst der Leser werben. Kioske werden landesweit noch 27 500 gezählt. Allein in den vergangenen zwei Jahren haben 2 000 Verkaufsstellen geschlossen. Ihr Umsatz ist seit 2008 um 25 % zurückgegangen. Es werden ganz einfach weniger Blätter und Hefte gekauft. Die Wochenmagazine stehen allerdings wesentlich besser da als die Tageszeitungen. Bei ihnen haben die Zahlen im Vergleichszeitraum zwischen Oktober 2011 und Oktober 2012

eine Bedenklichkeitsgrenze erreicht: *Le Monde* verkaufte 14,6 % weniger, *Libération* gar 31,8 %. Den anderen Zeitungen geht es auch nicht besser.

Gleichzeitig schwächelt krisenbedingt der Anzeigenmarkt erheblich. Die Webzeitung *Mediapart* prophezeit den Printmedien, sie seien todkeweicht, weil ihr Geschäftsmodell im 20. Jahrhundert verhaftet sei. Die Verleger hätten sich in Frankreich hauptsächlich auf Druck und Vertrieb konzentriert und dabei eine Aktualisierung der Inhalte völlig vernachlässigt. Wie überall leiden auch die französischen Verlage unter der Konkurrenz des Internet. Aber nicht mal ansatzweise wurde bislang eine wirtschaftlich tragfähige Alternative zu den Printausgaben und sei es nur als Ergänzung zum Tagesgeschäft entwickelt. Die einzige erfolgreiche Ausnahme ist die relativ junge Neugründung *Mediapart*. Eine Tageszeitung, die nur im Internet erscheint, betrieben seit fünf Jahren vom einstigen *Le Monde*-Chefredakteur Edwy Plenel, ohne Werbeeinnahmen und nur im Abonnement. *Mediapart* hat 2012 immerhin ein Plus von 700 000 Euro erwirtschaftet.

Les médias en crise

Au début de l'année 2013, l'homme d'affaires et ancien ministre Bernard Tapie achète cinq journaux du groupe Hersant (*La Provence, Nice-Matin, Var-Matin, Corse-Matin et France-Antilles*). Il n'est pas le seul homme d'affaires à s'intéresser à la presse en France : *Libération, Le Monde, Le Figaro, Le Point* et quelques autres appartiennent à des banquiers ou des industriels. Pour garantir la diversité des titres, l'Etat débourse quelque 1,2 milliards d'euros par an pour venir plus ou moins directement en aide aux journaux et magazines, en finançant la distribution ou en maintenant la

TVA et les frais d'envoi à bas niveau. Le secteur traverse une crise grave : les lecteurs français



préfèrent se procurer leur quotidien dans un kiosque plutôt que s'abonner. Mais s'il y a en-

core 27 500 kiosques à journaux dans tout le pays, 2 000 ont dû fermer au cours des deux dernières années et le chiffre d'affaires de ceux qui ont survécu est en baisse de 25 % par rapport à 2008. La situation à la télévision est également critique : malgré une augmentation de la redevance, *France Télévision* accusera en 2013 un déficit de 150 millions d'euros et les recettes de TF1 sont en baisse de 30 %. Des journaux disparaissent, comme *La Tribune* ou *France-Soir*. Une exception cependant : *Le Canard Enchaîné*, qui fêtera ses 100 ans en 2015, continue à faire des bénéfices – sans aucun recours à la publicité. Réd.

Mit schwarzen Zahlen scheint es bei den Printmedien, vor allem bei den Tageszeitungen, endgültig vorbei zu sein. Die Löcher sind derart groß, dass jetzt entlassen wird. *France-Soir* wurde eingestellt, die Wirtschaftszeitung *La Tribune*, die nur noch im Internet erscheint, hat der Belegschaft eine weitere Schrupfkur verordnet, alle Blätter sind betroffen, die Regionalzeitung *Sud-Ouest*, die Wirtschaftszeitung *Les Echos*, die Sportzeitung *L'Equipe*, überall werden Stellen abgebaut.



Krisenstimmung auch beim Fernsehen

Dem Fernsehen geht es auch nicht gut. Weder dem staatlichen noch dem privaten. TF1, seit seiner Privatisierung vor 25 Jahren ständiger Marktführer, muss seit 2007 kräftig sparen und wird das auch noch die kommenden zwei Jahre tun. Die Nettoeinnahmen sind 2012 (bezogen auf die ersten neun Monate) um 30 % eingebrochen. Schuld ist die fehlende Werbung – wegen der Krise, wegen der Konkurrenz durch das Internet und wegen zusätzlicher neuer Fernsehkanäle, die mit der Einführung des digitalen Fernsehens gestartet wurden.

Einbrüche beklagt auch der staatliche Konkurrent *France Télévisions*. France TV sieht in diesem Jahr Etat-Einbußen von über 150 Millionen Euro entgegen. Es gibt weniger Geld vom Staat, obwohl die Rundfunkgebühren erhöht wurden, und weniger Geld aus der Werbung. Der Sender muss erneut Stellen streichen, was bislang ohne Kündigungen möglich war. Entsprechend schlecht ist die Stimmung innerhalb der Belegschaft. Zur Verunsicherung trägt mit bei,

dass der derzeitige Intendant Rémy Pflimlin (ein entfernter Verwandter des ehemaligen Straßburger Oberbürgermeisters und Europapolitikers Pierre Pflimlin) von der neuen Kulturministerin Aurélie Filippetti, die für die staatlichen Medien zuständig ist, in aller Öffentlichkeit vorgeführt wird. So etwas war normalerweise die Spezialität von Expräsident Nicolas Sarkozy. Die Sozialistin Filippetti steht ihm darin jedoch in nichts nach. Eigentlich läuft die Amtszeit von Pflimlin, den Sarkozy noch ins Amt hievte, erst 2015 aus. Es wird aber stark bezweifelt, dass er bis dahin durchhält. Ohne Hemmungen mischt sich Filippetti, wann immer sich dazu Gelegenheit bietet, zudem in die Programmgestaltung des staatlichen Fernsehens ein. Im Juni will Staatspräsident François Hollande ein neues Mediengesetz auflegen. Es soll auch die Ernennungsprozedur der Intendanten und Direktoren der staatlichen Medien anders regeln. Sarkozy hatte das nach seiner Wahl 2007 selbst in die Hand genommen. So könnte mit dem neuen Mediengesetz auch ein neuer Chef an die Spitze des staatlichen Fernsehens katapultiert werden.

Wenn die Franzosen in Umfragen nach der Glaubwürdigkeit der Medien gefragt werden, dann schneidet das Radio immer am besten ab. Da müssen zwar auch kleinere Brötchen gebacken werden – doch kein Vergleich zum Fernsehen.

Ausnahmeerscheinung „gefesselte Ente“

Eine Ausnahmeerscheinung in der französischen Medienlandschaft ist der *Canard enchaîné* (die „gefesselte Ente“), gegründet 1915 während des Ersten Weltkrieges. Das satirische Wochenblatt



agiert völlig unabhängig und überlebt seit fast 100 Jahren ohne Werbung. Gewinne sind die Regel. Sie werden sofort wieder als Investition in die Zeitung gesteckt oder bilden eine komfortable Rücklage, die heute etwa drei Jahresumsätzen entspricht. Wenn die Franzosen wissen wollen, was hinter den Kulissen in ihrem Land passiert, dann warten sie jeden Mittwoch auf die „gefesselte Ente“.