

# „Das Radio von morgen“

## Die französische Radiolandschaft im Wandel

Siegfried Forster\*

» **Das Radio steht bei den Franzosen als Medium an erster Stelle, 83 Prozent hören jeden Tag das Angebot von staatlichen und privaten Sendern. Die französische Hörfunklandschaft befindet sich dabei durch die neuen Möglichkeiten von Digitalisierung und Internet auf dem Weg zu umfassenden Multimediaplattformen.**

Das Radio ist laut Statistik das Lieblings-Medium der Franzosen: 83 Prozent aller Franzosen hören jeden Tag Radio, 42,7 Millionen Menschen im Alter über 13 Jahren unter der Woche; die durchschnittliche tägliche Verweildauer stieg dabei im Vergleich zum vergangenen Jahr von 2 Stunden 55 Minuten auf nunmehr 3 Stunden. Der Radiokonsum übertrifft damit den Fernsehkonsum (2 Stunden 55), lautet das Ergebnis der letzten Erhebung des Médiamétrie-Institutes. Böse Zungen behaupten, es sei zugleich das einzige Medium, bei dem man in Frankreich sicher sein kann, nicht jeden Tag mit dem Konterfei von Nicolas Sarkozy konfrontiert zu werden. Wenngleich natürlich auch die Radio-Auftritte Sarkozys zum Image des heutigen Präsidenten beigetragen haben. Im französischen Rundfunkbereich wird ebenfalls über Medienmanipulation und Machtkonzentration diskutiert, wenn auch in anderen Dimensionen als im Zeitungs- und Zeitschriften-Bereich, wo die Kampfflugzeug- und Kanonenbauer Arnaud Lagardère und Serge Dassault über zwei Drittel der Titel ihr Eigentum nennen dürfen und dies die Redaktionen im Bedarfsfall auch spüren lassen. Im Radiobereich garantieren die staatlichen Sender jedoch ein Gegengewicht. Monopolstellungen wie im Zeitungs- und Zeitschriftenbereich sind im Radiosektor nicht möglich. Ein Medien-Gesetz von 1994 schreibt vor, dass private Radio-Unternehmer maximal 150 Millionen Hörer über ihre Netze erreichen dürfen ...

Die erste französische „Radio“-Übertragung fand am 5. November 1898 statt. Eugène Ducretet lieferte damals eine öffentliche Demonstration elektromagnetischer Informations-Übermittlung zwischen dem Eiffelturm und dem Pantheon, der „schnurlose Telegraf“ blieb allerdings militärischen Zwecken vorbehalten. Nach dem Ersten Weltkrieg entschied die französische Regierung, sowohl staatliche als auch private Radiobetreiber zuzulassen, und am 24. Dezember 1921 erlebte Frankreich dank Radio Tour Eiffel seine erste öffentliche Radiosendung. 1922 gründet die Société française Radioélectrique (SFR) Radiola, den ersten von zahlreichen französischen Privatsendern, die sich mit den staatlichen Radiostationen regelrechte Grabenkämpfe lieferten.

Der Einmarsch der deutschen Wehrmacht bereitete 1940 dem französischen Radiofrühling ein jähes Ende. Der in Radio Paris umbenannte Sender Radiola wird zum Kollaborations- und Propaganda-Instrument der Vichy-Regierung und der deutschen Besatzer. Darüber hinaus subventioniert General Pétain regimetreue Privatradios. General de Gaulle lancierte seinen berühmten Appell an die französische Nation vom 18. Juni 1940 nicht über ein französisches Radio, sondern über Radio London. Nach der Befreiung von Paris wurde am 23. März 1945 für die Radiosender ein Staatsmonopol verordnet. Eine von der US-Armee zurückgelassene Sendestation ermöglichte am 16. Februar 1947 die erste Sendung des staatlichen

\* Siegfried Forster arbeitet in Paris als Journalist mit den Schwerpunkten Kultur, Umwelt und Wissenschaft.

Radiosenders Paris Inter, dem späteren France Inter.

1963 eröffnete Präsident de Gaulle das französische Rundfunkhaus Maison de la Radio mit zwei neuen Themen-Sendern: France Culture und France Musique. Bis 1974 regierte in Frankreich das Staatsmonopol des Office de Radiodiffusion-Télévision Française (ORTF) – eine Zeit, in der die Hörfunk- und Fernsehinformationen noch ausdrücklich unter staatlicher Kontrolle standen. 1974 entschied Präsident Giscard d'Estaing dann per Gesetz die Aufteilung in voneinander getrennte Fernseh- und Radio-Gesellschaften. Radio France umfasst heute unter anderem die Sender France Inter, France Info, France Culture, France Musique und France Bleue. Daneben sendet Radio France d'Outre-Mer (RFO) Hörfunk-Programme für die französischen Überseegebiete. Als Überbleibsel der ORTF-Zeit gilt vielen, dass bis heute mit jedem Machtwechsel die Intendantenstellen neu besetzt werden. Auch wenn offiziell seit 1982 der Hohe Medienrat (der heutige Conseil supérieur de l'audiovisuel, CSA) den Rundfunk- und Fernsehanstalten völlige Unabhängigkeit von der Regierung garantieren soll. So werden beispielsweise vor Präsidentschaftswahlen akribisch die Sprechzeiten der verschiedenen Kandidaten aufgelistet und ausbalanciert. Die neun CSA-Mitglieder werden vom Staatspräsidenten, Senatspräsidenten und Parlamentspräsidenten ernannt.

## Legalisierung der „Piratensender“

Die „Befreiung“ der französischen Radiolandschaft erfolgte 1982. Der Sozialist François Mitterrand hatte im Präsidentschaftswahlkampf die Legalisierung der „Piratensender“ versprochen, die der konservative Innenminister Christian Bonnet 1978 noch als „Rote Brigaden“ verunglimpft hatte. Mitterrand erteilte nach seinem Wahlsieg 18 lokalen „radios libre“ eine Sendeerlaubnis. Seit 1984 dürfen die Privat- und Vereinsender sich über Werbung finanzieren. Schon bald überflügeln frankreichweit ausgestrahlte Musiksender wie NRJ die Einschaltquoten der Lokalradios. Seit Jahren führen RTL und NRJ die Radio-Rangliste an, noch vor dem öffentlich-rechtlichen Flagg-

schiff France Inter mit seinen täglich 5 Millionen Hörern, das sich als Leitmotiv: „Informieren, Bilden, Unterhalten“ auf die Fahnen geschrieben hat und alle Alters- und Bildungsschichten ansprechen will. Frédéric Schlesinger, Generaldirektor von France Inter, bekräftigt: „Wir sind ein Radio des Angebots, nicht der Nachfrage. Wir nehmen die Erwartungen der Hörer vorweg. Das ist der große Unterschied zu den Privatsendern.“ Doch die Einschaltquoten spielen auch bei France Inter offenbar eine immer stärkere Rolle. Im Frühsommer protestierten Mitarbeiter des Senders gegen die Einstellung der Kultursendung „La Bande à Bonnaud“ aufgrund mangelnder Hörerzahlen. Anstelle der Live-Sendung wurden vorab aufgezeichnete Interviews des „sarko-kompatiblen Fernsehmoderators Yves Calvi“ (so die Kulturzeitschrift *Les Inrockuptibles*) ausgestrahlt, der gleichzeitig live eine andere Fernsehsendung moderierte. Kritiker befürchten, dass künftig Fernsehgesichter bei France Inter für Einschaltquoten sorgen sollen.

Doch bereits vor der Legalisierung der „Piratensender“ hatten viele Franzosen eine Alternative zu den staatsgelenkten Sendern: Die so genannten „postes périphériques“ sendeten vom nahen Ausland aus nach Frankreich. Der Armenpriester Abbé Pierre lancierte seinen historischen Hilferuf im Winter 1954 über den RTL-Sender aus Luxemburg, Europe 1 profilierte sich vom Saarland aus, RMC sendete von Monaco und Sud-Radio von Andorra aus. Alle erzielten aufgrund ihrer kritischen und freieren Berichterstattung oftmals hohe Einschaltquoten bei den französischen Hörern.

Die Finanzierung der staatlichen Radios erfolgt fast ausschließlich über die Rundfunkgebühren. Von den pro Fernsehnutzer jährlich fällig werdenden 116 Euro „redevances“ geht der Löwenanteil an die Fernsehsender, nur 24 Euro fließen an das Radio. 2007 verfügte Radio France über ein Budget von 582,5 Millionen Euro, das RFI-Budget liegt bei 126 Millionen Euro, wobei 55 Prozent davon das französische Außenministerium finanziert.

In einigen Bereichen hat der Staat bis heute einen deutlichen inhaltlichen Einfluss behalten. 1994 verabschiedete das französische Parlament beispielsweise das berühmte Gesetz, das alle Musikprogramme verpflichtet, eine Quote von min-

destens 40 Prozent des Musikanteils für französischsprachige Titel zu reservieren. Auch die politische Großwetterlage beeinflusste in den letzten Jahren spürbar die Radiolandschaft. Während die heftige Debatte rund um die EU-Verfassung insgesamt für höhere Einschaltquoten sorgte, verbuchte der staatliche Sender France Inter anschließend schmerzhaft Hörer-Einbußen – Resultat einer einseitigen redaktionellen Stellungnahme zugunsten der EU-Verfassung. Bis zu 600 000 Hörer sind nach der einseitigen Parteinahme zu anderen Sendern abgewandert. Erst bei den Präsidentschaftswahlen fand France Inter wieder ein neues Gleichgewicht und neue Hörer.

Den Präsidenten von Europe 1, Jean-Pierre Elkabbach, brachten die Präsidentschaftswahlen hingegen in Bedrängnis. Wie das Blatt *Le Canard Enchaîné* enthüllte, hatte Elkabbach 2006 Nicolas Sarkozy um Rat gebeten, welchen Journalisten er auswählen sollte, um über seinen Wahlkampf zu berichten. Weil der Sender darüber hinaus dem Sarkozy-Busenfreund, Medien- und Rüstungsindustriellen Lagardère gehört und weil Elkabbachs Herz auch sonst hörbar für den damaligen Präsidentschaftskandidaten Sarkozy schlug, erhielt Europe 1 den wenig schmeichelhaften Beinamen „Radio Sarkozy“: Allzu vieles erinnerte an Hofberichterstattung. Millionen Hörer und auch prominente Moderatoren flüchteten, Europe 1 musste mit 4,5 Millionen täglichen Hörern seinen dritten Platz im Ranking an France Inter (5,1 Millionen) und France Info (5 Millionen) abgeben.

2006 brach erstmals die Zahl der 13–24-Jährigen Radiohörer deutlich ein. Der Rückgang von 90,9 auf 87,4 Prozent, bedeutet einen Verlust von 300 000 jugendlichen Hörern, erklärt der Chef des unter Jugendlichen führenden Rap- und Rock-Senders Skyrock, Pierre Bellanger: „Während der Banlieue-Unruhen im November 2005 haben die Jugendlichen die Informationen lieber im Fernsehen angesehen. Außerdem war unser Sender beispielsweise Opfer einer Anti-Rap-Kampagne, die 200 Abgeordnete gestartet hatten.“

Einen erstaunlichen Aufstieg feierte der Privatsender Radio Classique. Innerhalb von zwei Jahren tilgte der neue Radiochef Frédéric Olivennes 2 Millionen Euro Defizit, steigerte die Einschaltquote von 1 auf 1,7 Prozent und überflügel-

te damit den Rivalen France Musique (1,6 Prozent), der über ein zehnmal größeres Budget und sechs Mal mehr Frequenzen verfügt. Das Erfolgsrezept: kurze Ausschnitte bekannter und einprägsamer klassischer Werke sowie Schauspieler und TV-Stars ohne Musikausbildung – wie Carole Bouquet oder Claire Chazal – als Moderatoren.

## Auf dem Weg zum digitalen Radio

Die neuen Möglichkeiten von Internet und Multimedia bringen auch die französische Hörfunkstruktur in Wallung. Kürzlich kündigte der führende Radiosender RTL eine Zusammenarbeit mit der größten Tagungszeitung Frankreichs, der Sportzeitung *L'Equipe* an, um ein digitales Radio auf den Markt zu bringen. RTL (täglich 6,8 Millionen Hörer) hatte dank der Präsidentschaftswahlen den Musiksender NRJ (5,9 Millionen) von Platz 1 der Einschaltquoten verdrängen können. Innerhalb eines Jahres verbuchte RTL einen historischen Hörerzuwachs um eine Million Hörer. Gleichzeitig erlitt die NRJ-Gruppe (NRJ, Chérie FM, Rire&Chanson, Nostalgie: Jahresumsatz 350 Millionen Euro) nach der Veröffentlichung ihrer Jahresbilanz im Frühjahr Kurseinbrüche an der Börse. Der Grund: Ihr Einstieg im Fernseh- und Mobiltelefon-Geschäft war weit hinter den Erwartungen zurück geblieben. Die Umsatzzahlen beim Radiogeschäft brachen um 12,4 Prozent auf 120 Millionen Euro ein. Bis Ende 2007 will NRJ 50 Internet-Radios lancieren, die NRJ-Webseite will bis 2010 ihre Besucherzahl auf 10 Millionen verdreifachen und damit mit der Radio-Hörerschaft gleichziehen. Für NRJ-Direktoriums-Mitglied Marc Pallain steht fest: „NRJ will von einer Radiogruppe zu einer Multimedia-Gruppe aufsteigen, die fünf Bereiche umfasst: Radio, Fernsehen, Internet, Mobilfunk und Unterhaltung.“ Bestes Beispiel: NRJ produzierte das Musical „Le Roi-Soleil“ und verkaufte auch dank intensivster Werbung im Radio innerhalb weniger Tage 300 000 Karten, 600 000 CDs und genauso viele Videos.

Beim Duell zwischen Vollprogramm- und Musiksendern haben momentan erstere die Nase vorn. Musik-Sender wie NRJ, Fun oder Skyrock leiden

unter den massiven Raubkopien auf Internet, während die Programmsender den steigenden Appetit der Franzosen aufs Radio stillen. RTL will Anfang 2008 als erster französischer Sender seine 160 Radio-Frequenzen digitalisieren. Kostenpunkt: 20 Millionen Euro. Neben digitaler Hörqualität verspricht RTL einen revolutionären Mix aus Radio und Bildern. Ebenfalls 20 Millionen investiert Radio France in die digitale Welt, berichtet Radio-France-Präsident Jean-Paul Cluzel: „Das Radio von morgen ist jenes, das in einer Welt der Bilder überleben kann.“

Beim digitalen Hörfunk besteht in Frankreich weitgehende Übereinstimmung. 90 Prozent aller Radiostationen haben sich vor einem Jahr im „Groupement pour la radio numérique“ zusammengeschlossen. Die Betreiber erhoffen sich einen ähnlichen Boom wie beim Digitalfernsehen TNT, auch wenn im Radiobereich bereits heute große Vielfalt besteht. Allein in Paris senden 55 Sender auf UKW-Frequenzen. Die digitale Technik soll es ab 2008 ermöglichen, dass Radiofreunde künftig ihren Lieblingssender beim Autofahren zwischen Lille und Marseille ununterbrochen und in bester Qualität hören können. Den Enthusiasmus bremst nur die Sorge mancher Lokal- oder Regionalsender, bei der kostenträchtigen Entwicklung nicht mithalten zu können.

Skyrock-Begründer Pierre Bellanger prophezeit bereits den Anbruch eines „Goldenen Zeitalters für das Radio“. Voraussetzung dafür sei allerdings nicht die digitale Technik, sondern das Internet, das es den Hörern erlaube, sich in sozialen Netzwerken rund um das Radioprogramm zusammenzuschließen. Bereits heute verfüge Skyrock über die europaweit erfolgreichste Blog-Plattform: „Skyrock ist heute kein Radio mit Zuhörern mehr, sondern eine Zuhörerschaft mit Radio.“

Europe 1 schmückte sich 2006 als erstes Radio Frankreichs mit dem Titel „Radio zum Anschauen“. Das Konzept des globalen Mediums beinhaltet einen massiven Ausbau des Internet-Angebots, das unter anderem Video-Übertragungen von Radiosendungen mit einbezieht. Insbesondere durch eine Kooperation mit YouTube will Europe 1-

Präsident Elkabbach mit seinen Hörern Dinge „teilen, die normalerweise hinter den Kulissen bleiben“.

Eine neue Einnahmequelle hat die dem Lagardère-Active-Imperium zugehörige Musikstation Europe 2 ausgemacht. Mit Einverständnis des CSA darf sich der Sender mit seinen täglich 3 Millionen Hörern noch vor Jahresende in Virgin-Radio umbenennen. NRJ-Präsident Jean-Paul Baudecroux kritisierte lautstark einen „unfairen Wettbewerb“ und warnte: „Wann kommt Radio Coca-Cola?“ Von der Marketing-Kooperation mit dem renommierten britischen Konzern erhofft sich Europe 2 eine dynamischere und jüngere Hörerschaft. Damit erscheint die provokante Äußerung des Chefs des privaten Fernseh-Riesen TF 1, Patrick Le Lay, fast als romantisch. Dieser hatte verkündet: „Unsere Basis, das Metier von TF 1, ist etwa Coca-Cola zu helfen, sein Produkt zu verkaufen. Wir verkaufen an Coca-Cola verfügbare Gehirnkapazitäten.“

## „Das Radio von morgen ist jenes, das in einer Welt der Bilder überleben kann.“

Beim Podcasten war das Webradio Arte Radio im Februar 2005 Vorreiter in Frankreich.

RTL folgte im September 2005 und Radio France im Januar 2006. Laut Médiamétrie wussten damals nur 10 Prozent aller Franzosen, was Podcast bedeutet. Heute hören fast 1,5 Millionen Menschen in Frankreich Radio-Podcasts. Allein das Insiderradio Arte Radio zählt über 80 000 Podcast-Abonnenten.

Die Umwälzungen im Radiobereich betreffen auch den französischen Auslandssender Radio France Internationale. RFI hat seit seiner Gründung 1931 und auch nach dem Ende der Kolonialherrschaft Frankreichs beachtlichen Einfluss in Afrika ausgeübt und findet dort bis heute starkes Gehör. Zusammen mit seinen Sendungen in 19 weiteren Sprachen weist RFI 44 Millionen regelmäßige Hörer aus, davon die Hälfte in Afrika. Mit 149 UKW-Stationen verfügt RFI über das weltweite größte UKW-Netzwerk und hat seit 1991 seinen Einfluss im Nahen und Mittleren Osten ausgeweitet – dank der Übernahme des auf Arabisch und Französisch ausstrahlenden Senders RMC Moyen-Orient mit seinen 13 Millionen regelmäßigen Hörern.

Allerdings hat sich der Kampf der zahlreichen französischen Auslandsmedien um den für sie vorgesehenen 300 Millionen Euro-Geldtopf deutlich verschärft. 2006 hatte der damalige Staatspräsident Chirac den neuen internationalen TV-Nachrichtensender France 24 unter Beteiligung des Privat-TV-Senders TF 1 aus der Taufe gehoben. 2007 musste RFI zum ersten Mal in seiner Geschichte eine Budgetkürzung hinnehmen (von 128 auf 126 Millionen Euro).

Staatspräsident Sarkozy beauftragte außerdem Kulturministerin Catherine Albanel und Außenminister Bernard Kouchner, die weltweite Präsenz Frankreichs im audiovisuellen Bereich neu zu strukturieren. Beobachter halten eine Fusion von RFI mit France 24 für genauso möglich wie eine

Holding mit dem frankophonen Auslandskanal TV5 und France 24. RFI ist seit Jahren bestrebt, sich als bimodales Medium aus Radio und Internet sowie als Produzent von Multimedia-Inhalten zu profilieren. Beobachter warnen allerdings davor, dass RFI seine bisherige Vorrangstellung als „die Stimme Frankreichs im Ausland“ bei einer Kooperation mit dem Fernsehen verlieren könnte.

Unterdessen existiert für Auslandsfranzosen seit diesem Jahr ein neues Angebot. Der frühere RTL-Mitarbeiter Michel Garnier startete das Internet-Radio Couleur France. Es hat den Ehrgeiz, das erste speziell für die zwei Millionen im Ausland lebenden Franzosen konzipierte Radio zu sein ...