

Medien, Macht und Mauscheleien

Zum Werbeverbot im französischen Staatsfernsehen

Siegfried Forster*



Dem staatlichen Fernsehen stehen Veränderungen bevor: Ab 2009 dürfen die öffentlichen Sender keine Werbung mehr ausstrahlen. Nach Sarkozys Versprechen, die Einnahmeverluste auszugleichen, droht zwangsläufig eine höhere Abhängigkeit von der Regierung sowie weitere Machtkonzentrationen im Medienbereich.

Die Ankündigung schlug ein wie ein Bombe: Ab 1. Januar 2009 dürfen die staatlichen Fernsehsender in Frankreich keine Werbung mehr ausstrahlen. Dies beschloss Frankreichs Präsident Nicolas Sarkozy mit einem Lächeln im Gesicht bei seiner Neujahrsansprache am 8. Januar im Elysée-Palast: *„Ich schlage vor, dass wir im Jahr 2008 eine wahrhaftige Kulturrevolution im öffentlichen Fernsehen verwirklichen. Das öffentliche Fernsehen existiert, weil es eine besondere Aufgabe hat. Deshalb wünsche ich, dass ein totales Werbeverbot für die öffentlichen Sender eingeführt wird. Das ist eine Revolution. Indem das Wirtschaftsmodell des öffentlichen Fernsehens geändert wird, wird die Basis der Kulturpolitik unserer Kommunikationsgesellschaft geändert.“*

Ein Big Bang in der französischen Medienlandschaft. Mit einer Handbewegung wischte Nicolas Sarkozy jährlich 840 Millionen Euro Werbeeinnahmen für die staatlichen Sender vom Tisch, ein Drittel ihres Budgets. Selbst seine Ministerin für Kultur und Medien hatte von dieser Entscheidung bis zum Augenblick der Erklärung keine Ahnung. Wie das Fernseh- und Kulturmagazin *Télérama* berichtete, hatte Sarkozy seinen revolutionären Entschluss spontan kurz vor der Pressekonferenz gefasst. Dementsprechend entgeistert schauten selbst die Minister. Im Vorfeld hatte Kulturministerin Albanel beispielsweise noch mit dem Präsidenten von *France Télévision* über längere Werbezeiten verhandelt. Was die Ministerin aber nicht davon abhielt, am Abend im staatlichen

Fernsehsender *France 2* das Inkrafttreten der Maßnahme für 2009 enthusiastisch zu begrüßen: *„Man forderte ständig neue Programme mit hoher Qualität, mehr Kultur im Abendprogramm. Gleichzeitig sagte man: Schaltet mehr Werbung, sorgt für eine höhere Einschaltquote. Es gab diese Diktatur der Einschaltquote. Ich finde, diese Entscheidung des Präsidenten bedeutet das Ende dieses Spagats. Das ist eine Entscheidung, eine mutige Entscheidung, und ich glaube, das wird eine sehr gute Wahl sein.“*

Während sich nach einer Umfrage des Boulevardblatts *Le Parisien* 47 Prozent der Bürger auf ein werbefreies Fernsehen freuen, befürchtet die Journalisten-Gewerkschaft CGT bei *France Télévision* bereits, in ein „Kultur- und Elite-Ghetto“ abgeschoben zu werden. Dabei hatten die französischen Linken in den 1980er und 1990er Jahren ein Werbeverbot bereits heftig diskutiert, sich letztlich aber dagegen ausgesprochen, um mithilfe von Werbeeinnahmen sowohl Qualität als auch Einschaltquoten zu erzielen, bemerkt der ehemalige Präsident der staatlichen Fernsehsender *France Télévision*, Hervé Bourges: *„Wir sind uns bewusst geworden, dass es nicht ausreicht zu sagen, wir geben öffentliche Gelder, sondern wir brauchen auch eine Einschaltquote. Andernfalls laufen wir Gefahr, so etwas zu werden wie das öffentliche Fernsehen in den USA, ein Nischen-Sender.“*

Für die Opposition in Frankreich ist Sarkozys Versprechen, sämtliche Einnahmeverluste auszugleichen, denn auch mit höchster Vorsicht zu ge-

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

nießen. Seine Initiative bleibt für sie vor allem die Entscheidung eines nach Macht und Schlagzeilen süchtigen Präsidenten, der weder die inhaltliche Unabhängigkeit der Medien noch die wirtschaftliche Unabhängigkeit des Staatsfernsehens im Auge hat, bekräftigt Laurent Joffrin. Für den Chef der linksliberalen Tageszeitung *Libération* ist Sarkozys Entscheidung Teil einer Strategie, um die politische Linke mithilfe einstmaliger linker Ideen auszuschalten: *„Ja, diese Maßnahme stand in mehreren Programmen der Linken. Insofern kann sich die Linke nicht dagegen stellen. Aber diese Maßnahme hat auch eine andere Funktion. Damit enthält Sarkozy dem öffentlichen Fernsehen viele Geldquellen vor. Das öffentliche Fernsehen wird erheblich abhängiger sein von der Regierung als vorher. Und das Hauptziel ist es, dem größten französischen Fernsehsender, dem Privatsender TF1, zu helfen. Das ist eine Rakete mit mehreren Sprengköpfen.“*

Berlusconi à la française?

Mit anderen Worten: Sarkozys neueste Waffe im Streben nach absoluter Macht – diesmal im Medienbereich. Ende Februar ernannte nicht wie üblich der Hohe Medienrat CSA, sondern der Präsident persönlich die renommierte Journalistin Christine Ockrent, Frau des amtierenden französischen Außenministers, zur Generaldirektorin der neuen Holding *France Monde* für den französischen Auslandsrundfunk (*France 24, RFI, TV5*). Für Denis Muzet vom *Médiascopie*-Institut verkörpert Sarkozy ein vollkommen neues Kräfteverhältnis zwischen den in Frankreich traditionell auch oftmals privat liierten Journalisten und Politikern: *„In Frankreich hat man heute das Gefühl, dass die Nachrichtensendungen im Elysée-Palast konzipiert und produziert werden. Vor 20 Jahren haben bestimmte Journalisten ihren Beruf aufgegeben, um Politiker zu werden – heute ist es umgekehrt. Im Grunde ist das auch das, was Nicolas Sarkozy als Präsident macht: Man sieht ihn sehr oft im Fernsehen, er produziert Shows mit hohen Einschaltquoten und ich denke, die gemeinsamen Interessen liegen auch darin.“* Für den früheren sozialistischen Premierminister Laurent Fabius hat Sarkozy Frankreich längst einem Berlusconi-System *à la française* unterwor-

fen, nur dass in Frankreich nicht der Staatschef persönlich Eigentümer der Medien ist. Sarkozy gehe es vor allem um die Interessen seiner einflussreichen Freunde, wie den Eigentümer des größten französischen Senders *TF1*, Martin Bouygues, Trauzeuge Sarkozys, bemerkt Fabius: *„Der Aktienkurs von TF1 ist nach der Ankündigung des Werbeverbots um 9,94 % nach oben geschnellt. Wenn man die Werbung streicht, wodurch wird sie ersetzt werden? Wird man die Fernsehgebühren erhöhen? Glauben Sie, dass der Präsident die Telekommunikations-Unternehmen zusätzlich mit 840 Millionen Euro besteuern wird? Aber nein. Das Risiko lautet, dass Einnahmen gestrichen, aber nicht ersetzt werden. Das heißt, das öffentliche Fernsehen wird noch weniger Mittel haben und noch stärker in der Hand der Regierung sein.“*

Laurent Joffrin sieht in Sarkozy eine *„Softversion eines russischen Putin“* in einer französischen *„Wahl-Monarchie“*: *„Wir haben immerhin den Zusatz ‘soft’ vermerkt. Frankreich ist natürlich eine Demokratie, aber in keinem Land hat der Präsident oder der jeweilige Regierungschef eine solche Machtfülle. Das existiert nirgendwo. Sarkozy praktiziert eine Ämterhäufung. Er ist Präsident und gleichzeitig der tatsächliche Premierminister. Auf der anderen Seite spielt das französische Parlament nur sehr wenig seine Rolle. Hinzu kommt eine Opposition in sehr schlechter Verfassung. Und die Presse selbst steht auch noch unter Einfluss. Das ergibt wirklich eine Machtkonzentration, die man metaphorisch mit den Vorgängen in Russland vergleichen kann – natürlich von den Mordanschlägen abgesehen – glücklicherweise. Und wir befinden uns hier in Frankreich immer noch in einem System mit öffentlicher Freiheit. Aber die Regierung ist in den Händen eines einzelnen.“*

Eine Erhöhung, der mit 116 Euro im Jahr im europäischen Vergleich äußerst niedrigen Fernsehgebühr lehnt Sarkozy ab – aus ideologischen Gründen und um sein Wahlversprechen *„Mehr Kaufkraft für die Bürger“* zu retten. Sarkozy hatte vorgeschlagen, die zusätzlichen Werbeeinnahmen der Privatsender zu besteuern und künftig auch auf den Umsatz der Internet- und Mobiltelefon-Anbieter eine *„geringfügige“* Gebühr zu erheben. Der langjährige Programmdirektor des Pay-TV-Senders *Canal+* und Fernsehspecialist Alain de Greef kommentierte: *„Die Maßnahme, eine Steuer*

auf die Werbe-Mehreinnahmen der Privatsender zu erheben ist wirtschaftlicher Unsinn. Um viele Einnahmen für das Staatsfernsehen zu bekommen, müssen diese am besten Programme machen, die niemand anschaut.“ Gleichzeitig schätzt de Greef, dass TF1 seinen Anteil am Werbekuchen von 55 auf 70 % steigern wird. Martin Bouygues, Eigentümer von TF1 und des frankreichweit drittgrößten Mobiltelefonnetzes Bouygues Télécom, bekräftigte bereits, dass er Steuererhöhungen als Ausgleich für den größer werdenden Anteil am Werbekuchen nicht hinnehmen werde: „TF1 bezahlt bereits über 30 % Steuern, Frankreich ist das am höchsten besteuerte Land der Welt“, teilte er dem Nachrichtenmagazin *Le Point* lakonisch mit.

Für den Medien-Soziologen Jean-Marie Charon ist Sarkozys offiziell verkündete Strategie langfristig wenig glaubhaft: „Die Versuchung besteht darin, dass letztlich gesagt wird: Die öffentlichen Fernsehsender wurden in den letzten Jahren erheblich ausgebaut – dank Digitalfernsehen usw. Sollte man also nicht das öffentliche Fernsehen aufweniger Sender konzentrieren. Das könnte dazu führen, dass ein öffentlicher Sender privatisiert wird.“

Medien-Machtergreifung

Was Sarkozys Einfluss auf die französische Medienlandschaft weiter vergrößern könnte. Im Dezember hatte Sarkozy-Freund Bernard Arnault, Multimilliardär und Chef des weltweit größten Luxuskonzerns LVMH, Frankreichs führendes Wirtschaftsblatt *Les Echos* aufgekauft – trotz monatelangen Widerstands der Redaktion, die um ihre Unabhängigkeit fürchtet. Den zwei anderen Sarkozy-Freunden Arnault Lagardère und Serge Dassault gehören zwei Drittel der französischen Presselandschaft. Im Medienreich Lagardères wur-

den bereits mehrere Male Sarkozy-schädliche Artikel zensiert. Im Medienreich Dassaults signierte Serge Dassault Anfang des Jahres höchstpersönlich im führenden konservativen *Le Figaro* einen Leitartikel, in dem er den *Figaro* quasi offiziell in den Dienst des Präsidenten stellt. Aber Sarkozys Medien-Machtergreifung könnte durchaus noch größere Formen annehmen, warnt *Libération*-Chef Laurent Joffrin: „Es gibt eine Schlacht um die französische Zeitung *Le Monde*. Wenn die *Le Monde*-Redaktion ihren Kampf verliert, dann dürfte der Sarkozy-Freund Lagardère einer der Hauptaktioniäre von *Le Monde* werden. Und dies, obwohl *Le Monde* als das Symbol für eine unabhängige Zeitung in Frankreich gilt. Die Dinge werden also zweifellos nicht besser.“

Das Werbeverbot im staatlichen Fernsehen könnte den Sarkozy-Freunden ein weiteres Geschenk bereiten, wenn tatsächlich einer der fünf staatlichen Sender privatisiert werden sollte. Nicht nur Lagardère, dem 20 % bei Canal+ gehören, steht Gewehr bei Fuß. Last but not least auch Sarkozys Busenfreund Bolloré, der Großindustrielle und Milliardär, der Sarkozy „aus Freundschaft“ seine Luxusreisen in sechsstelliger Höhe finanzierte. Bisher schreibt Bolloré mit seinem 2005 aus dem Boden gestampften Privatsender *Direct 8* 100 Millionen Euro Verluste. Wie die Erfahrung von TF1 zeigt, würde das mit einem privatisierten staatlichen Sender nicht passieren. Angesichts der Proteststürme hat Sarkozy etwas Wasser in seinen Wein gegossen. Die Werbung könne auch in mehreren Schritten abgeschafft werden und eine Kommission unter dem Vorsitz des Fraktionsvorsitzenden der UMP, Jean-François Copé, solle sämtliche Möglichkeiten noch einmal ausloten. Ende Mai muss die Kommission konkrete Vorschläge für ein neues staatliches Fernsehen in Frankreich bekannt geben.