

# Brainstorming gegen die Krise

## Die „Generalstände“ der Presse

Siegfried Forster\*

» Warum hasst Nicolas Sarkozy die '68er-Revolution, liebt aber die Generalstände, die doch bekanntlich mit der Französischen Revolution endeten? Umweltschutz, Bildung, Forschung, Kultur, Fernsehen, Automobilindustrie, Bioethik – bald kein Bereich mehr ohne „*Etats Généraux*“, bei denen sich alle Beteiligten um einen Runden Tisch versammeln, um monatelang Reformen zu diskutieren. Nun war die Presse an der Reihe.

Die *Etats Généraux de la Presse* begannen im Oktober 2008 in den prunkvollen Sälen des Elysée-Palastes damit, dass Nicolas Sarkozy den Verlegern die Leviten las, Gratiszeitungen als absurd bezeichnete und den Journalisten erklärte, was guter Journalismus sei. Anfang Januar wurde in den goldverzierten Räumen des Kulturministeriums dann von den Repräsentanten der Generalstände ein Maßnahmenpaket von 90-Punkten verkündet, das die Ministerin für Kultur und Kommunikation praktisch kommentarlos entgegennahm. Ende Januar fällte Präsident Sarkozy schließlich unter den Kronleuchtern des Elysée-Palastes das Urteil. „Eine Presse, die zu ihrer eigenen Rettung vorgeladen wird, das ist eine spezifisch französische Verirrung. In keinem anderen Land der Welt wären diese Generalstände möglich“, bemerkte Bertrand Pecquerie von der *Association Mondiale des Journalistes* (AMJ).

### Massiver Stellenabbau

Tatsache ist: Frankreichs Presse geht es schlecht. Wenn die französische Presseagentur AFP „mehrere Dutzend“ von 2 150 Angestellten entlassen will, klingt das noch vergleichsweise harmlos. Wenn die Mediengruppe *Lagardère Active* 2009 (*Journal du Dimanche*, *Elle*, *Paris-Match*) 250 Stellen und über 70 Millionen Euro einspart, mag man be-

schwichtigen, dass vor allem im Ausland gekürzt wird. Doch *Lagardère Active* hat bereits seit 2006 über 86 Millionen Euro eingespart und die Produktivität drastisch gesteigert. Immer weniger Journalisten sollen immer mehr produzieren. Neuestes Beispiel: Die Journalisten der erfolgreichen Sonntagszeitung *Journal du Dimanche* produzieren seit März eine zusätzliche Samstagzeitung – ohne zusätzliche Stellen. Die Flaggschiffe der französischen Tagespresse haben in den letzten Jahren ebenfalls drastische Stellenkürzungen hinter sich gebracht und gleichzeitig neue Wochenendbeilagen geschaffen. *Libération* machte 2006 den Auftakt und strich 76 von insgesamt 276 Stellen, gleichzeitig wurde die Lifestyle-Beilage *next* auf den Markt gebracht. Trotzdem bleiben die Finanzen weiter angespannt; in diesem Jahr sollen neun weitere Posten wegfallen. *Le Monde* hat im April 2008 trotz Streiks 130 Stellen gestrichen und lancierte *Le Monde 2*. Und schließlich kündigte *Le Figaro* im vergangenen Jahr an, 80 Stellen einsparen zu wollen, um ein 10 Millionen Euro großes Finanzloch zu stopfen. *Les Echos* und *Le Parisien* lancierten ebenfalls neue Wochenendbeilagen, um sich von den Gratiszeitungen nicht sämtliche Anzeigeneinnahmen abnehmen zu lassen.

Der Anzeigeneinbruch durch die Wirtschaftskrise verschärft insofern nur eine Pressekrise, die nicht konjunktureller, sondern struktureller Art ist: hohe Druck- und Vertriebskosten, kapital-

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

schwache Zeitungsgruppen, Leserschwund, Zeitungen in den roten Zahlen, die nur mit Staatssubventionen überleben können ... Bei den Generalständen der Presse überlegten 150 Journalisten, Verleger, Medienexperten, Industrielle und Politiker drei Monate lang, wie Frankreich seine Zeitungsindustrie modernisieren könnte: Ein Brainstorming über wirtschaftliche und industrielle Rahmenbedingungen der Presse, von Autorenrechten bis hin zum Berufsmodell der Journalisten oder dem Verhältnis zwischen Presse und Gesellschaft.

Bei der Eröffnung der Generalstände hatte Sarkozy ein flammendes Plädoyer gehalten – für „europäische Champions“ aus Frankreich im internationalen Multimediageschäft. Eine Kampfansage gegen das in Frankreich geltende Anti-Konzentrations-Gesetz, das etwa seinem Freund Lagardère bislang verbietet, sein Medienimperium auch noch auf Tageszeitungen und Fernsehsender auszuweiten. Die Repräsentanten der Generalstände willigten ein, dass auch Investoren außerhalb der EU künftig mehr als 20 % einer Zeitung besitzen dürfen. Ansonsten gaben sie dem französischen Staatschef einen Korb.

## Umverteilung der Subventionen

Künftig sollen Internetzeitungen als gleichwertiges Medium anerkannt und mit 20 Millionen Euro gefördert werden. Voraussetzung dafür sind professionelle Informationsverarbeitung, originäre Texte und die regelmäßige Beschäftigung hauptberuflicher Journalisten. Im Gegenzug winken staatliche Hilfen, Steuererleichterungen und – falls die EU zustimmt – ein reduzierter Mehrwertsteuersatz.

Als dringendste Sofortmaßnahme gegen die Pressekrise forderten die Generalstände eine Umverteilung der staatlichen Hilfen zugunsten innovativer Titel. Kein Land in Europa subventioniert die Presse mehr als Frankreich, nach Elysée-Angaben mit 1,4 Milliarden Euro pro Jahr. Nach den Generalständen verpflichtete sich Sarkozy, der französischen Presse drei Jahre lang weitere Finanzhilfen in Höhe von insgesamt 600 Millionen Euro zu gewähren. Die Hilfen für Tageszeitungen

mit geringen Anzeigeneinnahmen werden von 7 auf 14 Millionen Euro pro Jahr verdoppelt. Bei der Zeitungszustellung steigen die staatlichen Hilfen von 8 auf 70 Millionen Euro. Außerdem sollen Spenden zugunsten von Zeitungen bereits ab dem Sommer 2009 abzugsfähig werden. Viele Teilnehmer der Generalstände betrieben zwangsläufig Besitzstandswahrung. „Ohne Notmaßnahmen wird Frankreichs Presse die Wirtschaftskrise und den dramatischen Anzeigeneinbruch nicht überleben“, betonte Medienexperte Bernard Spitz, Mitglied des Staatsrates und Ko-Präsident der Generalstände.

Selbst Überlegungen, wie die Werbeeinnahmen von Google in Frankreich angezapft werden könnten, wurden angestrengt. Google steht heute beim Werbeaufkommen im Medienbereich an zweiter Stelle hinter dem Privatfernsehsender TF1, nutzt Informationen französischer Zeitungen und will dies auch in Zukunft kostenlos tun: „Wir teilen unsere Einnahmen nicht mit Zeitungsverlegern“, erklärte Google-News-Chef Josh Cohen lapidar.

Grundlegend reformiert werden soll unter anderem auch das Vertriebssystem, eine Kriegserklärung an die bislang monopolartig regierende Drucker- und Vertriebsgewerkschaft der *Ouvriers du Livre*. Die seit langem verfeindeten Vertreter der regionalen und nationalen Tagespresse wollen angesichts der Krise immerhin ihre Vertriebsnetze fortan gemeinsam nutzen. Die Druckkosten sollen um bis zu 40 % gesenkt werden.

## Strenge Reglementierung

Doch für die Krise der französischen Zeitungen sind nicht nur hohe Produktionskosten und ein teures Vertriebssystem verantwortlich. Rémy Pflimlin, Generalsekretär der Vertriebsgesellschaft *Nouvelles messageries de la presse parisienne* (NMPP), versichert sogar, dass die Vertriebskosten „mit 35 % des Verkaufspreises unter jenen in Deutschland und Großbritannien“ liegen. Allerdings ist der Vertrieb von Zeitungen in Frankreich streng reglementiert. Ein 50-jähriger Mann musste eine Geldstrafe von 172 Euro bezahlen, weil er auf einem Wochenmarkt die kommunistische Tageszeitung *L'Humanité* verkauft hatte, bis er nun vor Gericht freige-

sprochen wurde, weil er zur „demokratischen Meinungsbildung“ beigetragen habe. Beim Jahresbericht von *World Press Trends 2008* landete das beste französische Blatt unter den ersten 30 meistverkauften Tageszeitungen Europas auf dem letzten Platz, die Regionalzeitung *Ouest France*. Die Online-Ausgabe des britischen *Guardian* wird öfter gelesen, als alle Online-Ausgaben der größten zehn französischen Tageszeitungen zusammengenommen. Währenddessen klopft man sich in Paris auf die Schultern, dass dank staatlicher Hilfen die Zahl der Zeitungskioske im Jahr 2008 um 98 auf 29 749 gestiegen sei.

Viele Journalisten wissen längst, dass der Rückgang der Leser auch mit ihrer mangelnden Glaubwürdigkeit zusammenhängt. Investigativer Journalismus ist schwer geworden in einer von Interessenkonflikten geprägten Presselandschaft, wo viele Medienkonzerne sich entweder in der Hand von Waffenhändlern befinden, die von Staatsaufträgen leben und/oder massiv von staatlicher Hand subventioniert werden.

Aber es regt sich auch Widerstand. Kein Wunder, der „Dritte Stand“ blieb bei den Generalstän-

den der Presse weitgehend außen vor. Die Kategorie der Leser glänzte durch Abwesenheit, viele Journalistenverbände bezeichneten die *Etats Généraux* als „reine Schau-Veranstaltung“ und eine „Gefahr für die Presserechte“. Die Gewerkschaft SNJ-CGT boykottierte die Beratungen, bei denen sie vergeblich einen besseren juristischen Schutz für Journalisten und Redaktionen gefordert hatte.

Bei der alljährlichen Medien-Erhebung von *TNS-Sofrès/La-Croix* gaben 61 % der Franzosen an, dass Journalisten in Frankreich nicht unabhängig seien und sich nicht gegen Druck aus Politik und Regierung zu wehren wüssten.

Frankreichs Ministerin für Kultur und Kommunikation, Christine Albanel, machte keinen Hehl daraus, dass die Pressereform Teil eines staatlich gesteuerten Umbaus der gesamten französischen Medienlandschaft ist: „*Es gibt eine Gesamtreform des ganzen Kommunikations- und Medienbereiches. Das betrifft genauso das Internet, die Autorenrechte, die Reform des staatlichen Fernsehens und Hörfunks. Und diese Reform betrifft auch die Printmedien, die mit bestimmten Problemen zu kämpfen haben.*“

### Mehr lesen, weniger kaufen

Die Franzosen lesen immer mehr, kaufen aber immer weniger Zeitungen. Dieses Paradox ist das Ergebnis der jährlichen *AudiPress*-Untersuchung: 24,3 Millionen Franzosen haben 2008 täglich eine Zeitung gelesen, das sind 48,6 % der Bevölkerung – 2,3 % mehr als im Jahr 2007.

Dass gleichzeitig weniger Zeitungen gekauft werden, hat mehrere Gründe: Beispielsweise werden 7 % mehr Exemplare ausgeliehen oder verschenkt. Die Gratiszeitung *20 Minutes* bleibt Spitzenreiter mit täglich 2,7 Millionen Lesern (was einem Zuwachs von 4 % entspricht), gefolgt von den 2,6 Millionen Lesern der Sportzeitung *L'Equipe* (+1,6 %) und den 2,5 Millionen Franzosen, die täglich die Gratiszeitung *Métro* konsultieren (+ 2,7 %).

Der Anstieg bei den käuflichen Tageszeitungen bleibt mit + 0,8 % bescheiden: Einzige Ausnahme, das katholische Blatt *La Croix*, das seit einigen Jahren verstärkt auf „positive“ Berichterstattung setzt, steigerte seine Leserschaft um 16,7 % auf 471 000. Das Boulevardblatt *Le Parisien* wird weiterhin von 2,2 Millionen Kunden gelesen (+ 0,4 %), der konservative *Figaro* von 1,3 Millionen (+1,5 %), die Wirtschaftszeitung *La Tribune* von 454 000 (+ 0,9 %). Unter den Verlierern befinden sich drei Traditionsblätter: Die Leserschaft von *Le Monde* brach um 8,8 % auf 1,8 Millionen Leser ein, bei *Liberation* um - 2,4 % auf 884 000 Leser und *Les Echos* verzeichnet einen Rückgang von - 0,2 % auf 699 000 Leser.

Die Regionalpresse verzeichnet hingegen 2,6 % mehr Leser und *Ouest-France* ist mit 2,3 Millionen Lesern weiterhin die größte käufliche Tageszeitung Frankreichs.