

Niedergang der Tagespresse in den USA ist ungebrochen – Flucht ins Internet

Weniger bedrucktes Papier

In der US-amerikanischen Zeitungslandschaft hat Endzeitstimmung eingesetzt. Immer mehr Blätter verzichten darauf, jeden Tag auf bedrucktem Papier zu erscheinen. Sie wandern stattdessen ins Internet ab. Als im vergangenen Mai die in New Orleans beheimatete *The Times-Picayune* bekannt gab, künftig nur noch dreimal in der Woche gedruckt zu werden, ansonsten aber online zu erscheinen, war ein Höhepunkt der Flucht in das Internet erreicht: New Orleans war die erste US-amerikanische Großstadt, die ohne tägliche Zeitung auskommen muss. „Das Zeitungsgeschäft ist in einem Zustand anhaltender Qual“, fasste der Branchenbeobachter Alan Mutter die Lage zusammen. Insgesamt gelten lokale Webangebote als zentraler Grund für den Niedergang der Tagespresse.

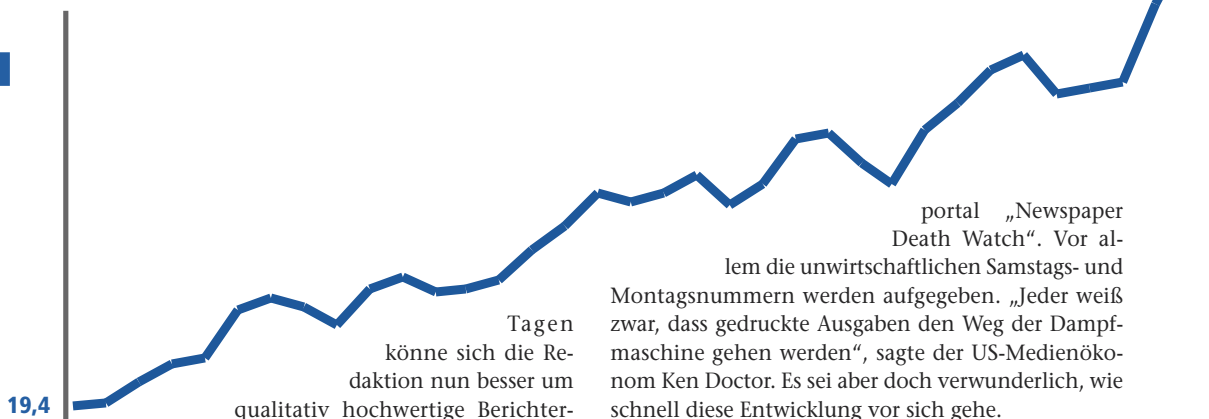
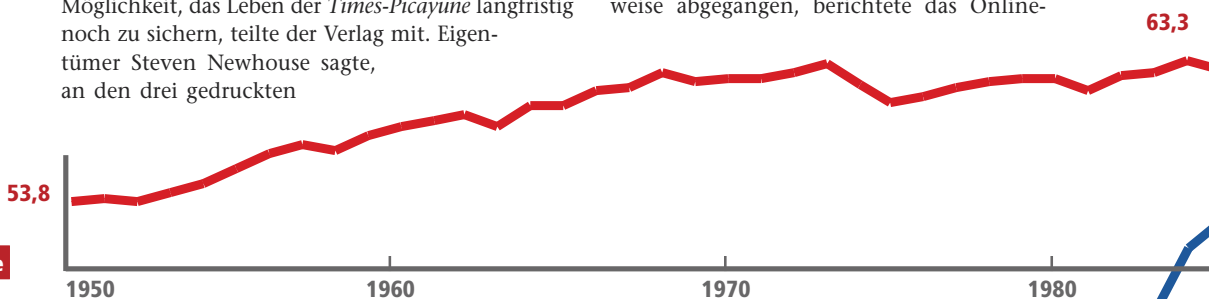
Zeitungen in den Städten Grand Rapids, Kalamazoo, Muskegon oder Jackson werden zwar noch sieben Tage in der Woche gedruckt, den Abonnenten jedoch nur noch dienstags, donnerstags und sonntags zuge stellt. Und die *Capital Times* aus Madison (Wisconsin) erscheint lediglich noch zweimal in der Woche als Gratisblatt und ist ansonsten nur online zu lesen. Auch die *Ann Arbor News*, einzige Tageszeitung in der Universitätsstadt Ann Arbor, erscheint nur noch mittwochs und sonntags.

Mehr als 100 Zeitungen seien in den beiden Jahren 2010 und 2011 von der täglichen Erscheinungsweise abgegangen, berichtete das Online-

Die Reduzierung der Erscheinungsweise sei die einzige Möglichkeit, das Leben der *Times-Picayune* langfristig noch zu sichern, teilte der Verlag mit. Eigentümer Steven Newhouse sagte, an den drei gedruckten

Entwicklung
verkaufte Gesamtauflage
 in Milliarden und
Anzeigeneinnahmen
 in Milliarden (inflationsbereinigt)

Datenquellen: Editor and Publisher International Yearbook (Auflagen); Mark J. Perry, School of Management/University of Michigan (Anzeigeneinnahmen).



Tagen könne sich die Redaktion nun besser um qualitativ hochwertige Berichterstattung kümmern, während sie sich die Woche über im Internet erfolgreich dem Wettbewerb um das schnelle Nachrichtengeschäft stellen werde.

Andere Zeitungen versuchten, sich durch eine Insolvenz aus der prekären finanziellen Lage zu retten. In die Pleite schlitterten in den letzten Jahren so renommierte Blätter wie die *Los Angeles Times*, die *Chicago Tribune* oder die *Denver Post*. Das Zeitungsunternehmen Journal Register Company, das unter anderem die Tageszeitung *New Haven Register* herausgibt, meldete gar im vergangenen September die zweite Insolvenz binnen dreier Jahre an.

Mit der Reduzierung der Erscheinungsweise wollen die Verlage vor allem die hohen Druck- und Vertriebskosten reduzieren. Den Anfang dieser Strategien hatte 2008 die *Detroit News*, einstmals größte Nachmittagszeitung der USA, gemacht, die ihre Aboblieferung auf zweimal wöchentlich reduzierte. Das Blatt wurde zwar noch täglich gedruckt, ging aber an den anderen Wochentagen nur noch an die Kioske. Auch

portal „Newspaper Death Watch“. Vor allem die unwirtschaftlichen Samstags- und Montagsnummern werden aufgegeben. „Jeder weiß zwar, dass gedruckte Ausgaben den Weg der Dampfmaschine gehen werden“, sagte der US-Medienökonom Ken Doctor. Es sei aber doch verwunderlich, wie schnell diese Entwicklung vor sich gehe.

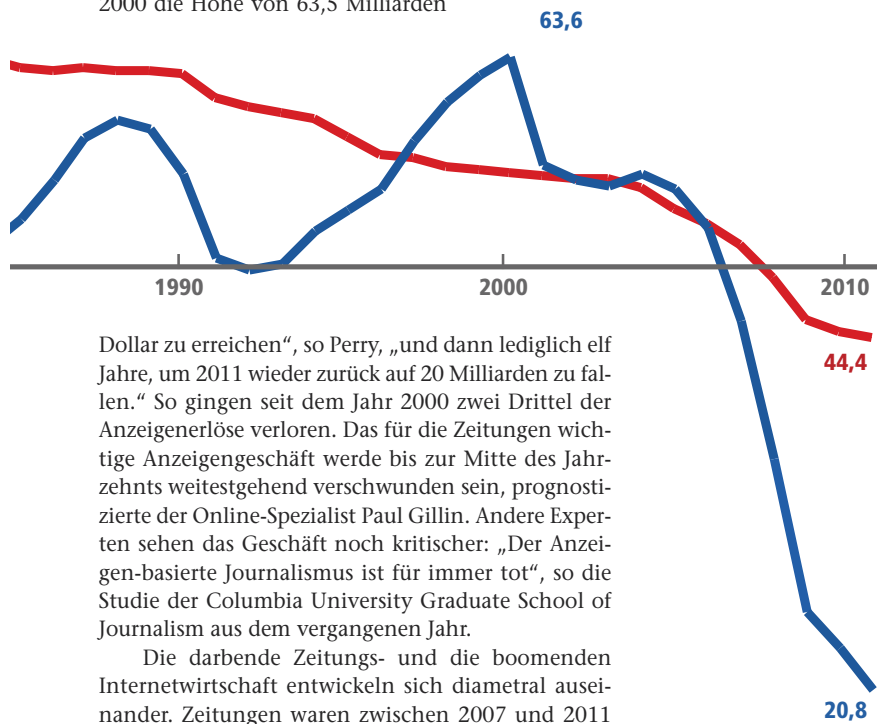
Noch vor etwas mehr als einem Jahrzehnt, als andere Medien noch keine Konkurrenz bedeuteten, brachten 100 eingesetzte Dollar den US-Zeitungseigentümern einen Gewinn von 20 bis 30 Dollar – Margen, wie es sie in keinem anderen Wirtschaftszweig gab. Dann ruinierte die Zeitungskrise das Geschäft. Der amerikanische Medienkonzern Gannett, mit 82 Blättern größte Tageszeitungskette der USA und zudem im Besitz von 23 Fernsehsendern und unterschiedlichen digitalen Medienengagements, verlor etwa seit 2004 rund 80 Prozent seines Börsenwertes – nur die Fernseh- und Internetaktivitäten verhinderten noch schlimmere Einbrüche.

Historische Tiefstände. Der Krise dürfte keine große Besserung mehr folgen, vermutet eine Studie der Columbia University Graduate School of Journalism aus New York. Selbst wenn sich das traditionelle Nachrichtengeschäft wieder stabilisieren sollte, sei es unwahrscheinlich, dass jemals wieder die Profitabilität

früherer Jahre erreicht werde. Heute haben sowohl die Zeitungsauflagen als auch die Anzeigeneinnahmen historische Tiefstände erreicht (siehe Abbildung).

So wenige Zeitungen wie heute wurden in den USA seit Beginn der 1940er Jahre nicht mehr verkauft. In den knapp 35 Jahren zwischen 1950 bis 1984 stieg der Absatz um knapp 20 Prozent, um seither in nicht ganz 25 Jahren um fast ein Drittel und damit deutlich tiefer in den Keller zu rutschen.

Auch die Werbeumsätze haben Tiefststände erreicht. Wegen der zurückgehenden Anzeigenerlöse können die ebenfalls sinkenden Vertriebslöse auch nicht ansatzweise aufgefangen werden – den Zeitungen fehlt immer mehr Geld. Der Rückgang der Werbeeinnahmen sei insgesamt schon erstaunlich, meint Wirtschaftsprofessor Mark J. Perry von der Universität Michigan. „Noch atemberaubender ist jedoch der starke Rückgang in den letzten Jahren.“ Heute liegen die Anzeigeneinnahmen inflationsbereinigt wieder auf dem Stand des Jahres 1952. „Es brauchte 50 Jahre, um bei den jährlichen Anzeigeneinnahmen im Jahr 2000 die Höhe von 63,5 Milliarden



Dollar zu erreichen“, so Perry, „und dann lediglich elf Jahre, um 2011 wieder zurück auf 20 Milliarden zu fallen.“ So gingen seit dem Jahr 2000 zwei Drittel der Anzeigenerlöse verloren. Das für die Zeitungen wichtige Anzeigengeschäft werde bis zur Mitte des Jahrzehnts weitestgehend verschwunden sein, prognostizierte der Online-Spezialist Paul Gillin. Andere Experten sehen das Geschäft noch kritischer: „Der Anzeigen-basierte Journalismus ist für immer tot“, so die Studie der Columbia University Graduate School of Journalism aus dem vergangenen Jahr.

Die darrende Zeitungs- und die boomenden Internetwirtschaft entwickeln sich diametral auseinander. Zeitungen waren zwischen 2007 und 2011 mit einem Minus von 28,4 Prozent der am schnellsten schrumpfende Wirtschaftsbereich der USA, während das Internet, nach den erneuerbaren Energien, mit 24,6 Prozent am kräftigsten wuchs, so der Wirtschaftsbericht des US-Präsidenten für das Jahr 2012. Die Folge: Zeitungen werden in großem Ausmaß abgestoßen. Die New York Times Company trennte sich etwa im Jahr 2011 von 16 kleineren Lokalzeitungen, um sich auf das eigentliche Geschäft mit dem Hauptblatt zu konzentrieren. Der *Philadelphia Inquirer* hat bereits den fünften Eigentümer innerhalb von sechs Jahren.

Die Auguren läuten das Totenglöckchen. 2009 sah das Fachblatt *Columbia Journalism Review* das „Endspiel der Zeitungswirtschaft“ angebrochen, ein Kampf auf Leben und Tod. Anfang 2016 werden in den USA nur noch eine Hand voll von rund 1.400 Tageszeitungen überlebt haben, prognostizierte Ende 2011 das Center for the Digital Future (UDF) der Universität von Südkalifornien in Los Angeles. „Es ist wahrscheinlich, dass dann nur vier große Tageszeitun-

gen mit globaler Reichweite weiter gedruckt werden: die *New York Times*, *USA Today*, die *Washington Post* und das *Wall Street Journal*“, so UDF-Direktor Jeffrey Cole. Lokale Zeitungen dürften nur als Wochenblätter und online überleben.

Für den australischen Zukunftsforscher und Social-Media-Experten Ross Dawson gelten die USA zwar als das weltweit erste, aber nicht einzige Land, das ohne gedruckte Zeitung auskommen wird. Er prognostiziert den Tod der letzten gedruckten US-amerikanischen Tageszeitung für das Jahr 2017, Großbritannien und Irland sollen zwei Jahre später folgen. In Deutschland stirbt nach den Angaben Dawsons das letzte Blatt im Jahr 2030.

Diese Flucht ins Internet wird in den USA als so gravierend angesehen, dass die Bevölkerung sich um die Demokratie zu sorgen beginnt. Die Bürger New Orleans hätten sich gefragt, ob bei einem dreimaligen Erscheinen in der Woche Tageszeitungen überhaupt noch ihrer politisch-gesellschaftlichen Wächterfunktion gerecht werden können, schrieb die *New York Times*.

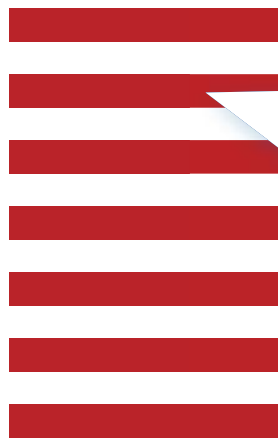
Wegen der gesellschaftlichen Bedeutung der Presse für das politische Gemeinwesen entstanden unterschiedliche Ideen, die Zeitungen vor dem kapitalistischen Niedergang zu retten. Etwa, indem hochwertiger Journalismus jenseits der Marktgesetze durch Spenden finanziert wird. Die Begriffe Non-profit-Journalismus und Non-profit-Zeitungen bewegen seither die Medientheoretiker in den USA.

Die von der Sandler-Stiftung finanzierte gemeinnützige Redaktion ProPublica betreibt etwa eigens eine investigative Redaktion, die sauber recherchierte Artikel anbietet. Auf der Webseite Spot.us werben US-Journalisten Spenden ein, um Geschichten und Recherchen finanzieren zu können. Die *Los Angeles Times* sicherte sich einen 1-Millionen-Dollar-Zuschuss von der Ford-Stiftung, um ihre Berichterstattung über Themen wie Einwanderung oder ethnische Minderheiten besser bearbeiten zu können.

Und seit einiger Zeit diskutiert die Öffentlichkeit darüber, ob nicht gemeinnützige Institutionen Zeitungen aufkaufen sollten, um die Blätter unbelastet von Markterwartungen, Schulden oder großen Gewinnspannen im Dienste der Allgemeinheit am Leben zu erhalten. So prüft etwa die wohlthätige Abell-Stiftung, ob sie die 1837 gegründete *Baltimore Sun* kaufen solle, „um staatsbürgerliche Verantwortung zu übernehmen“. Die nationale Steuergesetzgebung und die Komplexität einer Umwandlung von kapitalistischen Zeitungsverlagen in Non-profit-Unternehmen behindern bislang einen solchen Schritt.

Initiativen pro Zeitung. Um die hindernde Wirkung der Steuergesetzgebung auszuschalten, versuchte der demokratische Senator des Bundesstaates Maryland, Ben Cardin, eine Gesetzesänderung zu initialisieren. Das Ende der Zeitungsindustrie sei „eine echte Tragödie für die Gemeinden in der ganzen Nation und für unsere Demokratie“. Cardins Traum, durch steuerliche Besserstellungen Zeitungen als Non-profit-Projekt und Stiftungen den Einstieg und Betrieb eines Verlags zu ermöglichen, scheiterten jedoch im Senat.

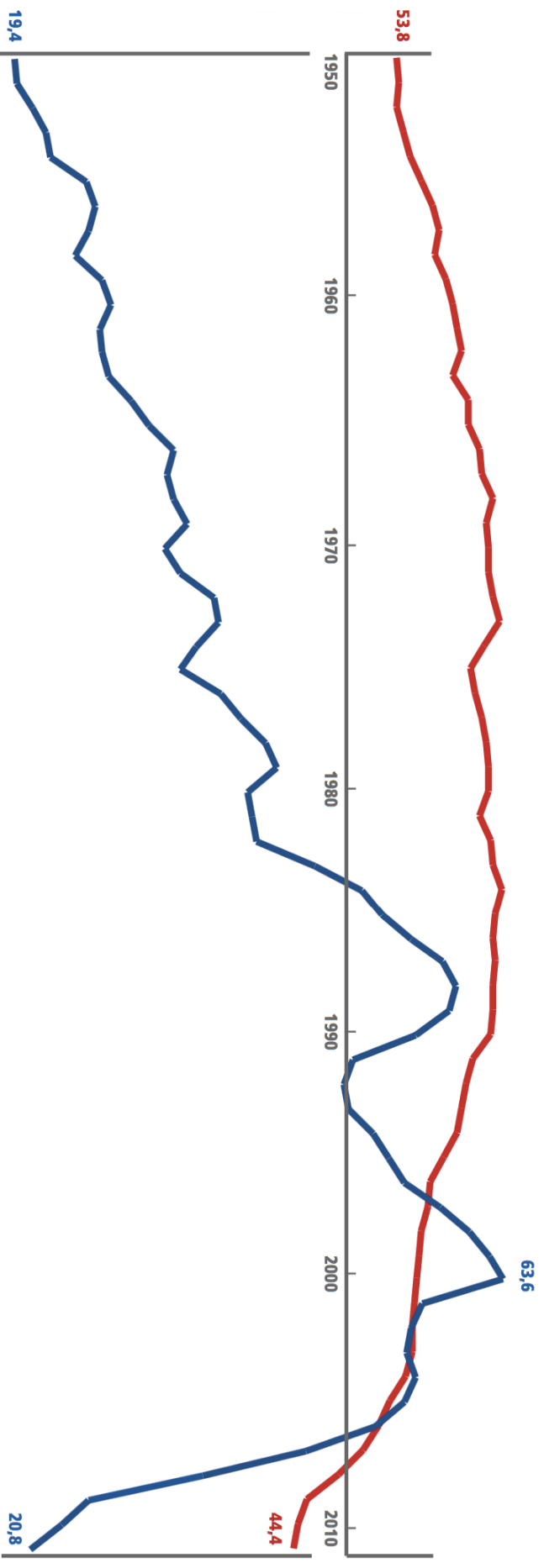
Der Verleger des New Yorker Boulevardblattes *Daily News*, Mortimer Zuckerman, forderte vor drei Jahren gar vom US-Kongress, den Verlagen auf ihren Webseiten mit Hilfe von Glücksspielen und anderen Kasinoaktivitäten das Überleben zu ermöglichen.



Entwicklung
verkaufte Gesamtauflage
und
in Milliarden

Anzeigeneinnahmen
(in Milliarden
inflationbereinigt)

Datenquellen: Editor and
Publisher International Year-
book (Auflagen);
Mark J. Perry, School of
Management/University of
Michigan (Anzeigenumsätze).



Während sich das Land um die Tageszeitungen sorgt, sieht ein zu sehr viel Geld gekommener Investor deren Zukunft rosiger. Warren Buffetts Beteiligungsgesellschaft Berkshire Hathaway kaufte trotz mieser Branchenprognosen im Dezember 2011 erst die *Oma-ha World-Herald* aus Buffetts Heimatstadt Omaha und anschließend im vergangenen Mai einen Anteil von knapp 20 Prozent am Medienunternehmen Media General Inc., das 63 Zeitungen vertreibt.

Als der Multi-Milliardär die erste Zeitung übernahm, dachte die Finanzbranche noch, der 82-jährige erfolgreiche Geldvermehrter habe sich auf seine alten Tage sentimental-feuchte Augen erlaubt und sich ein biografisch geprägtes Hobby zugelegt. Schließlich stammten schon Buffetts Eltern aus Zeitungshäusern und verdiente auch der kleine Warren als Zeitungsbote erste Dollar.

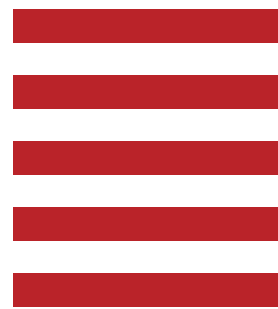
Als der drittreichste Mensch der Welt dann aber auf einen Schlag in jene Gruppe von Dutzenden Zeitungen investierte, erntete er mehr als Staunen. Das US-Wirtschaftsmagazin *Forbes* diskutierte den Schritt als verrückt und nicht nachvollziehbar. Dagegen schrieb die *Businessweek*, „Buffett mag ein Faible für Zeitungen haben. Aber wenn es um das Investieren geht, ist er nicht sentimental.“ Buffett bestand trotz aller Hiobsbotschaften auf den guten Perspektiven der Branche: „Berkshire wird vermutlich in den nächsten

Jahren weitere Zeitungen erwerben“, teilte er im vergangenen Jahr den Beschäftigten seiner neuen Zeitungsgruppe mit.

Das Internet habe zwar dafür gesorgt, dass Zeitungen ihre Vorrangstellung in Schlüsselbereichen wie nationalen Nachrichten und Sport, Wirtschaftsberichterstattung und auf dem Stellenmarkt verloren hätten. „Aber so ist das nun, und jetzt muss sich die Presse auf lokale Angelegenheiten konzentrieren.“ Damit sich die Zeitungsinvestition rechne, sei es die Aufgabe der Chefredakteure, ihr Blatt als Informationsmedium für den Nahbereich unentbehrlich zu machen, forderte Buffett.

Überleben werden auch nach Buffetts Auffassung längst nicht alle Zeitungen, eine Zukunft hätten aber Blätter in Städten mit einem starken Gemeinschaftsinn der Bevölkerung. Dort gebe es keine wichtigere Institution als die Lokalzeitung. „Daher werden wir uns auf kleine und mittlere Blätter in alteingesessenen Gemeinden konzentrieren.“ Buffetts Neuerwerbung *Bryan-College Station Eagle* aus dem texanischen 75.000-Einwohner-Städtchen Bryon hat eine Auflage von lediglich 20000, die *Waco Tribune-Herald* von gut 30.000 Exemplaren. Während sich weltweit die Zeitungen zu immer größeren Einheiten zusammenschließen, gilt für den Milliardär die Devise ‚small is beautiful‘.

Stefan Matysiak ■



Bauern als Filmemacher

Televisión Serrana steht für erfolgreiche kommunale Filmproduktion in Kuba

Kuba zählt in Lateinamerika und der Karibik zu den Ländern mit einer langen Film- und Kinotradition. Das Nationale Filminstitut ICAIC, die Hochschule der Künste ISA in Havanna oder auch die Internationale Kino- und Filmhochschule EICTV genießen hohes Ansehen. Zählt man noch andere kulturelle Einrichtungen hinzu, wähnt sich die Hauptstadt zu Recht als kultureller Schmelztiegel der Region. Aber auch die kommunale Filmproduktion in der Sierra Maestra kann sich sehen lassen.

Televisión Serrana (TVS) hat ihren Sitz in San Pablo de Yao, einem 800-Seelen-Dorf in der Provinz Granma, ca. 800km östlich von Havanna entfernt. Zur nächsten Stadt, Bayamo, sind es 25 km. Den Filmemachern von TVS ist es gelungen, inmitten der Sierra Maestra eine Institution aufzubauen, die jetzt schon zur kubanischen Filmgeschichte gehört, mit ihr verbunden auch die Ortschaft San Pablo de Yao.

Früher habe man sie dort schlicht Guajiros, also Bauern, genannt. „Nun aber sind wir auch Kubaner, und das haben wir neben der Revolution auch den Filmemachern da oben zu verdanken“, erzählt Pedro Delfin López und deutet mit seinem Kopf in Richtung eines am Ortsrand gelegenen Hügels. Dort hat die Filmproduktion TVS ihren Sitz. „Durch die Filme von TVS kennt man uns nun in ganz Kuba, und zwar als Cubanos“, erklärt López, der El Historiador genannt wird, kennt er sich doch so gut wie kein anderer mit der Geschichte des Dorfes aus.

Mit der Gründung von TVS wurden Straßen asphaltiert, ein Restaurant, kleine Geschäfte, eine Bibliothek und ein Kinosaal eröffnet. Von Beginn an

galt es, eine kommunale und partizipative Institution zu schaffen. Es werden Filme „über die Landbewohner, für sie und von ihnen“ gedreht. „Ich hatte immer die Vorstellung, dass dort die Menschen aus der Region arbeiten sollten. Und sie sollten ihre eigenen Geschichten erzählen können“, erinnert sich der Journalist und Filmemacher Daniel Díez Castrillo aus Havanna an seine ersten Ideen, bevor er Televisión Serrana gemeinsam mit anderen damals noch unbekanntem Filmemachern wie Rigoberto Jiménez oder Waldo Ramírez gründete. Das war im Jahr 1993.

Kuba befand sich damals auf dem Höhepunkt der so genannten Sonderperiode. Das Land spürte noch die wirtschaftlichen Folgen des Zusammenbruchs der Sowjetunion. Leere (Geld-)Töpfe und Zweifel gab es auf allen Seiten. Doch schließlich konnte Díez auf internationaler Ebene die UNESCO, UNICEF und auf kubanischer das Ministerium für Kultur und die staatliche Radio- und Fernsehanstalt ICRT für die Finanzierung des Projekts Televisión Serrana als Produzentin für Dokumentarfilme gewinnen.

Daniel Díez ist längst wieder in Havanna und TVS fest in den Händen der Filmemacher aus der Sierra Maestra. „Die Themen liegen praktisch auf der Straße. Man muss sie nur erkennen“, erzählt Regisseur Carlos Y. Rodríguez, der schon wieder unterwegs war, um einige Landarbeiter bei der Herstellung von Seilen zu filmen. Die Filme werden auf kubanischen und internationalen Filmfestivals präsentiert, aber auch in den

Links

www.tvsserrana.icrt.cu
www.cinelatinoamericano.cult.cu