Gratis III: Mit dem Pendlerblatt „L'essentiel" lotet Tamedia in Luxemburg erstmals die Chancen von „20 Minuten" im Ausland aus. Mit Erfolg: Das Blatt wirbelt den dortigen Markt gehörig durcheinander.

Gratis Erfahrung sammeln

TEXT MARCUS STÖLB

Im August herrschte Ruhe im Blätterwald: Vier Wochen lang hatten Luxemburgs Gratiszeitungen „L'essentiel" und „Point24" ihr Erscheinen eingestellt – wegen der Ferienzeit, so die Begründung. In der Branche war man nicht unglücklich über die kurze Verschnaufpause auf dem zusehends hart umkämpften Markt. Schliesslich ist im kleinen Grossherzogtum seit rund einem Jahr nichts mehr so, wie es einmal war.

Daran hat die Tamedia einen gehörigen Anteil: Am 10. Oktober vergangenen Jahres lancierten die Zürcher gemeinsam mit ihrem langjährigen Partner, der luxemburgischen Editpress, das Gratisblatt „L'essentiel". Altverleger Hans Heinrich Coninx und sein luxemburgischer Kollege Alvin Sold pflegen bereits seit Jahren freundschaftliche Kontakte. Mehr als anderthalb Jahrhunderte, seit dem Verschwinden von „Le Gratis luxembourgeois", hatte der Gratiszeitungsmarkt des Landes brach gelegen und bis Anfang 2007 deutete auch wenig darauf hin, dass sich daran alsbald etwas ändern könnte.

Luxemburger Gratiskampf

„L'ESSENTIEL" erscheint von Montag bis Freitag mit einer täglichen Auflage von rund 71.000 Exemplaren und einem Umfang von mindestens 24 Seiten. Die Pendlerzeitung liegt in mehr als 800 Boxen im Grossherzogtum aus, jedoch nicht im benachbarten Frankreich und Belgien, von wo aus die Mehrzahl der französischsprachigen Grenzgänger einreist. Herausgeber ist die gemeinsam von Tamedia und der luxemburgischen Editpress zu gleichen Teilen gegründete Edita S.A. Chefredaktor ist Denis Berche, die Geschäfte führt Emmanuel Fleig.

„POINT24" erscheint ebenfalls an fünf Tagen in der Woche. Die tägliche Auflage liegt bei rund 60.000 Exemplaren. Herausgeber ist der Saint-Paul-Verlag, der auch das Luxemburger „Wort" verlegt. Die Macher der Gratiszeitung legen Wert darauf, dass es sich um eine „rein luxemburgische Zeitung" handelt. Wie „L'essentiel" erscheint auch „Point24" ausschliesslich in französischer Sprache. Die Gratiszeitung wird im halben Norddeutschen Format gedruckt und ist damit grösser als das Konkurrenzprodukt.

MARCUS STÖLB berichtet als freiberuflicher Redaktor von Trier aus über die Europäische Grossregion und Luxemburg. www.texternes.eu

ZEITUNGSLAND. Schliesslich zeichnet sich das 470.000 Einwohner zählende Grossherzogtum, dessen ausländischer Bevölkerungsanteil bei mehr als 40 Prozent liegt, durch eine beispiellose Pressevielfalt aus. In einem Land, das drei offizielle Sprachen (Luxemburgisch, Französisch und Deutsch) kennt und doch kaum grösser als der Kanton St. Gallen ist, konnten die Leser schon vor dem Start von „L'essentiel" zwischen sechs Tages- und drei Wochenzeitungen wählen. Vom täglich erscheinenden Kommunistenblatt bis zur wöchentlichen Satirepostille reicht das mit staatlicher Pressehilfe gepäppelte Angebot. „Luxemburg ist ein ausgesprochenes Zeitungsland", weiss auch Marcel Kohler, Geschäftsführer von „20 Minuten", aber „die bestehenden Medien, und hier vor allem das „Wort", sind doch sehr traditionell und konservativ gemacht. Für junge Leute fehlte definitiv ein Angebot".

Kohler ist Mitglied des Verwaltungsrats der gemeinsam von Tamedia und Editpress gegründeten Herausgebergesellschaft Edita S.A. Sein Job ist es, das Know-how von der Schweiz nach Luxemburg, von „20 Minuten" zu „L'essentiel" zu transferieren und damit erstmals das Erfolgsmodell ins Ausland zu übertragen. Wohl auch als Test für eine künftige Expansion. Seine Zwischenbilanz nach den ersten zehn Monaten fällt durchweg positiv aus. Doch Kohler macht sich keine Illusionen: „Der Kampf ist noch nicht gewonnen".

Diesen Kampf aufzunehmen hatten die Macher von „L'essentiel" schon nach wenigen Wochen mit dem grössten luxemburgischen Pressehaus, dem Verlag Saint-Paul. Der bringt unter anderem das „Luxemburger Wort" heraus, mit einer Auflage von rund 80.000 Exemplaren die mit weitem Abstand grösste Tageszeitung des Landes.

Kaum hatten Tamedia und Editpress ihre französischsprachige Pendlerzeitung auf den Markt gebracht, da konterte Saint-Paul auch schon mit „Point24“. Dass die gewerkschaftsnahe Editpress und der mehrheitlich im Besitz der Katholischen Kirche befindliche Saint-Paul-Verlag gegeneinander antreten, sei auch ein Politikum. gibt Romain Hilgert zu bedenken. Hilgert ist Chefredaktor der Wochenzeitung „d’Land“, einem Qualitätsblatt, wie es in Luxemburg kein zweites gibt. Vor allem aber ist er ein Kenner der Zeitungsgeschichte des Landes. Hilgert kann sich noch gut erinnern an jenen Showdown, den sich Editpress und Saint-Paul zu Beginn des Jahrtausends lieferten: Im Herbst 2001 lancierten beide Häuser innerhalb weniger Wochen ihre französischsprachigen Ableger „Le Quotidien“ und „La Voix“. Die dümpeln seither bei einer verkauften Auflage von jeweils rund 5.000 Exemplaren, nur dank der üppigen Pressehilfe können die Blätter am Leben erhalten werden. Damals kam Saint Paul Editpress um wenige Tage zuvor, dieses Mal hat letztere die Nase vorn; und daran scheint sich auch wenig geändert zu haben.

MARKTFÜHRER. Den ersten Medienanalysen zufolge hat „L’essentiel“ die Konkurrenz von „Point24“ weit hinter sich gelassen. Mit 21,4 Prozent Leserreichweite landete das Blatt schon nach wenigen Monaten auf Platz 2 aller luxemburgischen Zeitungen; bei der jüngeren Zielgruppe zwischen 15 und 34 Jahren, welche die Macher des Gratisblatts von Beginn an im Visier hatten, liegt man gar auf dem ersten Rang. „L’essentiel détrône le leader historique de la presse luxembourgeoise“, vermeldete daraufhin unbescheiden pathetisch Emmanuel Fleig, Direktor der Gratiszeitung. Wichtiger noch als der Vergleich mit dem „Wort“ ist aber ein Blick auf „Point24“, die auf einen Leseranteil von gerade mal 12 Prozent kam. Ende Mai legte Fleig nach: „L’essentiel, premier journal des frontaliers“. Eine Analyse hatte ergeben, dass das luxemburgisch-schweizerische Gemeinschaftsprodukt fast 40 Prozent der französischen Grenzgänger erreichte, derweil „Point24“ sich mit 18,5 Prozent begnügen musste. Bei den belgischen Frontaliers zeigte sich ein vergleichbares Bild.

MARKTFÜHRER: Tamedia liegt mit der „20 Minuten“-Kopie auch in Luxemburg vorn. Konkurrent „Point 24“ wählte ein zu unhandliches Format.

Solche Zahlen hört man in Zürich gerne, doch „L’ essentiel“ wirft noch kein Geld ab, der Break-even ist noch nicht erreicht. Zwar seien die Ziele des Businessplans in den ersten neun Monaten „übertroffen“ worden, so Kohler, doch leugnet er nicht die Anlaufschwierigkeiten auf der Einnahmenseite: „Die ersten zwei bis drei Monate im Anzeigenmarkt waren sehr hart, härter als von uns erwartet.“ Inzwischen soll sich das Werbegeschäft deutlich verbessert haben - wohl auch eine Folge der für „L ’essentiel“ positiv verlaufenen Medienanalysen: „Der Lesermarkt hat dieses Produkt angenommen, und die Werbung folgt den Lesern“, ist sich Kohler sicher.

Doch das Potenzial in Luxemburg ist nicht unerschöpflich, und Saint Paul wird mit härteren Bandagen kämpfen, um seine Stellung als grösstes und finanzkräftigstes Pressehaus des Landes zu verteidigen. Dass der Verlag auf dem Feld der Gratiszeitungen derart ins Hintertreffen geriet, hat er sich auch selbst zuzuschreiben: unter anderem mit dem wesentlich unhandlicheren Format von „Point24“.

„L’essentiel“ könnte allerdings auch im eigenen Lager Probleme bereiten und sogar Opfer kosten. So wird wohl vor allem „Le Quotidien“ Federn lassen müssen. Schliesslich richtet sich diese Zeitung, wie auch die Konkurrenz von „La Voix“, ebenfalls ausschliesslich an frankophone Leser. Kohler weiss das, aber „die Linie von Tamedia in der Schweiz ist es, dass wir lieber mit uns selbst im Wettbewerb stehen, als von anderen kannibalisiert zu werden“.

OFFENES RENNEN. Ob Editpress zugunsten von „L’essentiel“ seinen französischsprachigen Ableger einstellen würde, ist fraglich. Schliesslich spült der „Quotidien“ jährlich mehr als 800.000 Euro Pressehilfe in die Verlagskasse. Romain Hilgert geht davon aus, dass vor Mitte 2009 kein Produkt vom Markt genommen wird, weder auf dem Gratisblattsektor noch bei „La Voix“ oder dem „Quotidien“. Denn im Juni stehen in Luxemburg Parlamentswahlen an, und „vorher wird sich niemand die Blösse geben“, ist sich der „Land“-Chefredaktor sicher. ■