

24 Stunden am Tag Sonne

Erfolgsmodell all'italiana: Warum „Il Sole – 24 Ore“ als Italiens unabhängigstes Blatt gilt

VON CRISTINA ELIA
UND STEPHAN RUS-MOHL

Diese Erfolgsgeschichte einer Tageszeitung ist einzigartig – nicht nur in Italien: *Il Sole – 24 Ore* ist inzwischen noch vor der *Financial Times* Europas größtes Wirtschaftsblatt. Vor rund vierzig Jahren aus einer Fusion zweier Wirtschafts- und Finanztitel hervorgegangen, ist die Mailänder Zeitung heute – nach dem *Corriere della Sera* und *La Repubblica* – mit mehr als 380.000 Exemplaren nach der Auflage die Nr. 3 im Lande. Sie hat *La Stampa* überrundet. Nur die beiden monothematisch ausgerichteten und deshalb kaum vergleichbaren Blätter *La Gazzetta dello Sport* und *Il Corriere dello Sport* erzielen noch vergleichbare Verkaufserfolge.

Während zum Beispiel in Deutschland der New-Economy-Boom auch eine Gründerzeit für eine Vielzahl neuer Wirtschafts- und Börsenzeitschriften war, konnte in Italien vor allem eine Zeitung, eben *Il Sole – 24 Ore*, vom verstärkten Interesse an Wirtschaftsthemen profitieren.

Es gilt zugleich als das politisch unabhängigste Blatt des Landes – obwohl die Industriellen-Vereinigung Confindustria der Eigentümer ist. Das hat wiederum eine Menge mit dem zu tun, was der bekannte italienische Fernsehjournalist Mentana jüngst als „bi-regime“ gebrandmarkt hatte. Fast alle italienischen Medien ergreifen Partei, ent-

weder für die regierende Rechtskoalition unter Silvio Berlusconi oder für das Linksbündnis von Romano Prodi.

Il Sole – 24 Ore dagegen ist zwar klar auf marktwirtschaftlichem Kurs und aller Linkstendenzen unverdächtig, andererseits gibt es eben im Unternehmerlager vor allem in den alten Industriellen-Dynastien Italiens doch eine starke Fraktion, die zum neureichen, populistischen Emporkömmling Berlusconi Distanz gewahrt hat, so dass die Eigentümer das Blatt eben nicht auf klaren Regierungs- und Rechtskurs trimmen wollen.

Auch dank des kontinuierlichen kommerziellen Erfolgs konnte sich die Redaktion allmählich eine journalistische Unabhängigkeit erkämpfen, um die sie anderswo in Italien beneidet wird und die ihren sichtbaren Ausdruck darin findet, dass kürzlich Ferruccio De Bortoli zum neuen Chefredakteur gekürt wurde – ausgerechnet der Mann, der auf Druck von Berlusconi beim immer noch größten und angesehensten Blatt des Landes, beim *Corriere della Sera*, den Hut nehmen musste.

Der italienische Journalist Cristiano Draghi zeichnet in der Zeitschrift *Problemi dell'Informazione* im Rahmen einer Serie, die über mehrere Ausgaben der Fachzeitschrift hinweg die großen Verlagsgruppen Italiens vorstellt, die vergangenen zehn Jahre der Entwicklung von *Il Sole – 24 Ore*

nach und erläutert, weshalb das Blatt ein „verlegerisches Phänomen ist, das in Italien wie auch sonst in der Welt seinesgleichen sucht“. Eine der Stärken sei der multimediale Ansatz: Das Kerngeschäft ist zwar die Zeitung geblieben, das Unternehmen hat aber zugleich erfolgreich in den Markt der Wochen- und Monatszeitungen expandiert, hat ein Internetportal, betreibt eine eigene Presseagentur, ein eigenes Hörfunkprogramm, ist im TV-Geschäft aktiv und verlegt eigene Bücher.

Über die Produktvielfalt hinaus sei der Erfolg von *Il Sole – 24 Ore* auch der „hervorragenden Marketingstrategie“ zuzuschreiben, die sich eben nicht auf die klassischen Zielgruppen des Wirtschaftsjournalismus beschränke. Das inhaltliche Spektrum wurde systematisch erweitert, um ein breiteres Publikum anzusprechen.

Börsengang erwogen

Il Sole – 24 Ore ist die einzige Zeitung des Landes, die einen nennenswerten Abonnentenstamm vorweisen kann; alle anderen Blätter werden nahezu ausschließlich über Kioske vertrieben. Vor kurzem wurde die Zeitung durch Regionalausgaben weiter diversifiziert. Die Eigentümer-Struktur hat es außerdem stets erleichtert, einen Großteil des Unternehmensgewinns zu reinvestieren. Über einen Börsengang wird seit geraumer Zeit nachgedacht.

Gleichwohl ist Draghis Blick hinter die Kulissen desillusionierend. Ein Gutteil seiner Analyse ist leidigen Personalien und damit dem Postenschacher „all'italiana“ gewidmet. Das Glück, dem *Il Sole – 24 Ore* seine relative Unabhängigkeit zu verdanken hat, ist eben die Tatsache, dass – anders als in den meisten Presseunternehmen des Landes – nicht ein einzelner Industriellen-Clan das Sagen hat.

Fiat-Chef Gianni Agnelli, zu dessen Imperium nicht nur die Turiner Tageszeitung *La Stampa* gehörte, sondern der mittelbar auch stets den *Corriere della Sera* kontrolliert hat, soll einmal prophezeit haben, *Il Sole – 24 Ore* werde früher oder später zur größten italienischen Tageszeitung avancieren. Vielleicht behält er ja Recht, auch, weil die Redaktion eher als die italienischen Konkurrenten den Anschluss an angelsächsische und mitteleuropäische Qualitätsstandards im Journalismus sucht.

7-2005

Internationale Fachzeitschrift
für Journalismus

message



MESSAGE

„Message“ ist eine internationale Fachzeitschrift für Journalismus, in der renommierte Autoren über außergewöhnliche Recherchen, journalistische Fehlleistungen und Trends berichten. Message will einen Beitrag zur Qualitätssicherung leisten und den investigativen Journalismus stärken. Herausgeber ist Journalistik-Professor Michael Haller, Universität Leipzig.

Der Abdruck dieses Textes ist eine Kooperation zwischen der „Frankfurter Rundschau“ und „Message“.

Cristina Elia ist Doktorandin am European Journalism Observatory in Lugano. Stephan Ruß-Mohl, Professor an der Universität in Lugano, ist Beiratsmitglied von Message. fr