

Viene chiamata Regenbogenpresse, stampa arcobaleno. Costa pochissimo e rende milioni di copie

# I tedeschi adorano i popolari

## Gossip in libertà. Ma senza offendere la morale borghese

da Berlino

ROBERTO GIARDINA

**R**egenbogenpresse, stampa arcobaleno, così chiamano in Germania le riviste popolari, quelli che si occupano di pettegolezzi, dei peccati dei divi, degli amori delle superstiti famiglie reali, e offrono consigli di bellezza e ricette di cucina. Hanno una cosa in comune: vedono la vita in rosa, il peggio è passato, domani andrà meglio. Dopo la tempesta, appare l'arcobaleno. Mentre i classici settimanali hanno il fiato grosso, da *Spiegel* a *Stern*, sono gli unici ad andar bene. Ma con una preoccupazione: l'età media dei fedeli lettori è intorno alla sessantina. I loro figli ne ereditano i gusti, o sono destinati a estinguersi?

Non sono paragonabili a un settimanale tradizionale come *Bunte*, simile al nostro *Oggi*. Non si pongono limiti, sono po-

polari il più possibile, e magari un po' oltre. Non troppo perché stanno attenti a non offendere la sana morale piccolo borghese di chi li compra, e a non turbare l'atmosfera familiare. Gli scandali vanno bene, purché non si esageri. Si sta attenti anche al prezzo. Un quotidiano costa ormai oltre due euro, una rivista oltre il doppio, le riviste della Deltapark Verlag, si comprano con 49 cent, o al massimo 95.

La casa editrice è stata fondata ad Amburgo sei anni fa da Klaus Schumacher, 39 anni, nel pieno della crisi della stampa. Oggi, le sue otto testate vendono un milione di copie al mese. Poco più di quanto venda lo *Spiegel* da solo in una settimana, ma le pubblicazioni di Schumacher hanno un costo di produzione bassissimo. Diciamo, che sono fatti con i resti di cucina: niente costose foto esclusive e si riciclano notizie vecchiotte, presentate con un pizzico di inventiva. Si mani-

pola quanto è lecito, o quanto è disposto ad accettare il lettore, non si inventa mai del tutto. Si chiamano *Freizeitpur*, tempo libero puro, *Promi Welt*, il mondo dei vip, o *Neue Pause*, una nuova pausa. «Helene Fischer-Drogenschock» è uno degli ultimi titoli in copertina: poi, nell'articolo si leggerà che non è stata la cantante a fumare marijuana, ma il suo partner, il sessantenne cantante americano Michael Bolton, per giunta quando era adolescente. Cose così.

Schumacher non è il solo: sono oltre settanta le testate della «Regenbogenpresse», e finiscono singolarmente per vendere di meno, ma le case



editrici reagiscono moltiplicando le pubblicazioni, e il fatturato globale resta in definitiva costante.

I settimanali superano con regolarità complessivamente 6 milioni e mezzo di copie.

Un mercato che non viene trascurato dai grandi. La *Freizeit Revue*, la rivista del tempo libero, della Burda, ha

un bilancio di oltre 46 milioni di euro, ed è la quarta rivista tedesca in assoluto con 882 mila copie vendute. La Bauer pubblica *Das neue Blatt*, letteralmente il nuovo foglio (486 mila copie), e la *Neue Post* (682 mila copie). Il gruppo WAZ, il maggior editore di quotidiani locali, manda in edicola *Frau im Spiegel* (279 mila copie), la

donna allo specchio. La metà dei lettori sono signore oltre la sessantina, che preferiscono ricevere il titolo preferito per abbonamento. Un'altra fonte di sicurezza. Sono fedeli, non cambiano facilmente. E poi perché? Le riviste dell'arcobaleno si assomigliano tutte.

Impossibile imitarle per la stampa seria, ma si comincia a cadere in tentazione. *Stern* ha dedicato una delle ultime copertine al mal di schiena, e ha annunciato con orgoglio di aver venduto 870 mila copie del numero speciale sulla festa del papà, ma prima del flop dei falsi diari di Hitler, di cui si è ricordato il trentennale, ne vendeva il doppio. L'ultimo *Spiegel*, che pubblica l'articolo sulla Regenbogenpresse, presenta in copertina l'inchiesta sulla medicina alternativa, «Der heilende Geist», lo spirito che cura. Meglio lasciar perdere la politica, almeno in vetrina.