

LETTORI IN CALO

Germania, in crisi i quotidiani popolari e locali

Giardina a pag. 19

Sono quelli che puntano su colore e gossip ma in modo rassicurante: i Boulevardzeitungen

Giornali tedeschi al capolinea

Vendevano un mln di copie, ma la tv li sta affossando

da Berlino
ROBERTO GIARDINA

Il fallimento dell'*Abendzeitung* di Monaco, un segnale per gli altri *Boulevardzeitungen* tedeschi? Tra dieci anni potrebbero essere scomparsi, si allarma la pubblicazione online *Meedia.de*, specializzata in problemi della stampa. Intanto bisogna spiegare che cosa sia un *Boulevardzeitung*, un genere che esiste solo in Germania. Letteralmente un giornale da boulevard, cioè specializzato in «fatti diversi», secondo l'espressione francese, e che preferisce mettere in prima pagina una notizia spettacolare di cronaca locale piuttosto che una crisi politica. In un certo senso lo è anche la *Bild Zeitung*, che però è un fenomeno a sé, popolare da una parte ma con un fine politico accentuato, ancora più evidente nel lontano '68, quando i contestatori davano alle fiamme i camioncini del quotidiano di Axel Springer, e i terroristi della Baader-Meinhof fecero scoppiare una bomba nella sede di Amburgo.

Un *Boulevardzeitung* informa in modo colorito ma senza calcare troppo i toni, spettegola e tranquillizza le famiglie benpensanti. E non pubblica in prima pagina belle ragazze in topless (a cui ha rinunciato di recente anche la *Bild*). La distinzione in Germania è netta: da una parte i giornali «seri», come *Die Welt*, *Frankfurter Allgemeine* e *Süddeutsche Zeitung*, dall'altra la Boulevard Presse. Difficile da capire in Italia dove i giornali

da sempre sono un misto, un po' di tutto, oggi ancor più di ieri. Politica e pettegolezzo, Sanremo e Ucraina. Il paragone andrebbe forse fatto con i giornali della sera, *Momento Sera*, *Stampa Sera*, scomparsi da tempo.

Oggi, in Germania sopravvivono ancora sette *Boulevardzeitungen*, ognuno con la sua precisa e limitata zona di diffusione: il *TZ*, a Monaco, il *B.Z.* a Berlino insieme con il *Berliner Kurier*, l'*Express* in Renania, l'*Hamburger Morgenpost* nella città anseatica, e il *Morgenpost Sachsen* a Dresda e a Chemnitz, che fino alla caduta del muro si chiamava Karl-Marx-Stadt. Dieci anni fa, tutti insieme, vendevano un milione e centomila copie, oggi circa 800 mila con un calo globale del 28%.

L'*Abendzeitung* scompare eppure i suoi dati non erano drammatici come quelli di altre testate analoghe: nel decennio era calato da 145 mila copie a 106 mila, una perdita del 27%, mentre il *B.Z.* ha perduto ben il 40%, l'*Express* il 35, e il *Berliner Kurier* il 28%. La Springer continua a far uscire il *B.Z.* ma di fatto l'ha fuso con la *Bild*, altrimenti con le sue 125 mila copie non sarebbe riuscito a sopravvivere. Dieci anni fa ne vendeva 215 mila. L'*Express* è calato del 35%, da 242 mila copie a 157 mila.

Possono sembrare cifre, sempre riferite al venduto effettivo, di tutto rispetto per noi, ma in Germania non garantiscono la sopravvivenza. Anche la *Bild* ha perso molto: il 39% da 3,8 milioni di copie a 2,3 milioni in dieci anni, un milione e mezzo di lettori scomparsi, ma a questi livelli la testata rimane in attivo. E secondo la Springer, lo resterebbe anche se scendesse a un milione di copie. Alle spalle ha la casa editrice più forte d'Europa, ed esce su tutto il territorio nazionale.

Ognuno ha la sua spiegazione della crisi: forse, il vecchio lettore è semplicemente scomparso, e la concorrenza non viene dai giornali cosid-



detti seri, ma dalla tv privata. Ogni canale offre al pomeriggio trasmissioni da «boulevard», con pettegolezzi e fatti diversi. Perché comprare un quotidiano il giorno dopo? È quello che avvenne con i nostri quotidiani che uscivano in tarda mattinata o al primo pomeriggio con le quotazioni di borsa e le ultime notizie fresche. Oggi le riceviamo sul telefonino.

© Riproduzione riservata

