

42. France Télévisions S.A.

Umsatz 2012: € 3,153 Mrd.

Überblick

France Télévisions ist eine staatliche TV- und Radioholding und beschäftigte 2011 rund 11.000 Mitarbeiter in 40 Tochterunternehmen.

Basisdaten

Hauptsitz:

7, esplanade Henri de France

75907 Paris, Frankreich

Tel.: 0033-1-56 22 60 00

Internet: www.francetelevisions.fr

Branche: Fernsehsender (Free TV, Pay TV), TV- und Filmproduktion, Vertrieb, Werbezeitenvermarktung, Verlag, Multimedia

Rechtsform: Aktiengesellschaft in staatlichem Besitz Geschäftsjahr: 01.01. - 31.12. **Gründungsjahr:** 1949 Gründung der RTF (Radio et Télévision Françaises); 1974 Aufspaltung des ORTF (Office de la radio et de la télévision françaises, RTF-Nachfolgeholding) in die Fernsehsender TF1 (1987 privatisiert), Antenne 2 und FR3; 2000 Gründung von France Télévisions S.A., Holding aller öffentlichen TV-Sender.

Tab. I: Ökonomische Basisdaten

	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Etat/Umsatz (in Mio. Euro)	3.153	3.004	3.140	3.061,1	2.750,3	2.927,7	2.856,5	2.711
Beschäftigte	10.350	11.000	10.400	11.000	10.135	11.500	10.997	10.983

Geschäftsführung

Geschäftsführung/Vorstand (comité exécutif):

- Rémy Pflimlin, Président
- Martin Adjari, Secrétaire général, Directeur général délégué aux Ressources
- Patrice Papet, Directeur général délégué à l'Organisation, aux ressources humaines et au projet d'entreprise
- Bruno Patino, Directeur général délégué aux programmes, aux antennes et aux développements numériques
- Thierry Thuillier, Directeur général délégué à l'information
- François Guilbeau, Directeur du Réseau France 3
- Michel Kops, Directeur du Réseau des Outre-mer 1ère
- Daniel Bilalian, Directeur général adjoint en charge des Sports
- Claude Esclatine, Directeur général adjoint en charge du Projet de modernisation de l'entreprise
- Frédéric Olivennes, Directeur de la Communication externe et du Marketing image
- Bertrand Mosca, Conseiller du Président
- Yann Chapellon, Directeur de la Diversification et du Développement des recettes
- Philippe Marechal, Directeur de l'Audit interne

Besitzverhältnisse: Französischer Staat (100 %)

Geschichte und Profil

France Télévisions ist Rechtsnachfolger des staatlichen französischen TV-Senders RTF (Radiodiffusion-télévision française, ab 1949) bzw. der Sendergruppe ORTF (Office de Radiodiffusion-Télévision Française, ersetzte die RTF 1964). 1974 wurde der ORTF aufgelöst. France 2, 1963 als zweiter Kanal der RTF etwa zeitgleich mit dem ZDF gestartet, und France 3, gegründet 1972, erhielten je einen autonomen Status.

1992 wurden beide Kanäle unter dem Namen France Télévision (ohne ?s?) wieder zusammengeführt, der Posten eines gemeinsamen Präsidenten wurde eingerichtet. 2000 entstand France Télévisions S.A. als Holding der öffentlichen Fernsehsender, eine Aktiengesellschaft unter staatlicher Kontrolle. Das Mandat des Präsidenten wurde von drei auf fünf Jahre verlängert.

Dann kam Nicolas Sarkozy. Seine Neujahrsansprache 2008 sorgte für große Verwirrung ? in der Bevölkerung, und v.a. in der Medienwelt. Der Präsident wünschte sich mehr Qualität im öffentlichen Fernsehen und weniger (erfolgreiche) US-Serien und zauberte gleich einen Plan für ein totales Werbeverbot im öffentlich-rechtlichen Fernsehen aus dem Hut: die Abschaffung von Werbung nach 20 Uhr ab dem 5. Januar 2009; die (mittlerweile widerrufen) komplette Werbefreiheit ab 2011. Für France Télévisions bedeutete das, ab 2009 auf 20-30% des Etats (823 Mio. ? für Werbung und Sponsoring 2007, 618,5 Mio. ? in 2008) verzichten zu müssen. Das Werbeverbot (Sarkozy: ?une révolution culturelle dans le service public de la télévision?) sorgte umgehend für Proteste. Die linksgerichtete Libération schrieb von einem ?800-Millionen-Euro-Scheck? für Sarkozy-Spezi Martin Bouyges, Besitzer des Privatsenders TF1 und, wie es schien, größter Profiteur der Angelegenheit. (Was sich als Trugschluss erweisen sollte: die Werbeerlöse des Marktführers TF1 gingen im ersten Quartal 2009 um sage und schreibe 27% zurück.) Von Gewerkschaftsseite hieß es, der Präsident wolle das öffentliche Fernsehen ?ausbluten? lassen. Der Spiegel titelte: ?Falsch, dumm und ungerecht.?

Im Februar 2009 wurde eine Ad-Hoc-Kommission (?commission pour la nouvelle télévision publique?) unter Vorsitz des UMP-Abgeordneten Jean-François Copé eingerichtet, um über die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens nachzudenken, die Möglichkeiten der Refinanzierung der Werbefreiheit auszuloten und auch, wie Libération schrieb, um der spontanen Verkündung des Präsidenten einen demokratischen Anschein zu geben. Die Sendergewerkschaft nannte das Ganze eine ?Maskerade?, eine ?Operation zur Tarnung einer Zerschlagung des öffentlichen Fernsehens zugunsten des privaten Sektors?. Schon bald zeichnete sich ab, dass der Präsident den Empfehlungen der Kommission, v.a. einer Erhöhung der Rundfunkgebühren, nicht folgen würde.

Anfang März 2009 wurde das ?Gesetz zur Reform des audiovisuellen Sektors? verabschiedet. Die wichtigsten Maßnahmen: das Werbeverbot im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, dessen zukünftige Finanzierung (eine Steuer für Privatsender von 3% des Umsatzes, eine Steuer für Internet- und Handyanbieter von 0,9% des Umsatzes) sowie die äußerst umstrittene Ernennung des Direktors der öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten durch den Staatspräsidenten. Mit der Werbefreiheit verordnete Sarkozy dem öffentlichen Fernsehen nebenbei einen neuen Start für die abendliche Prime Time ? eine ?kuriose Variante präsidialer Machtfülle? (SZ vom 6.7.2010). Doch rief vor allem die Berufung des Senderchefs durch den Präsidenten besorgte Reaktionen hervor, im In- und Ausland sah man die Unabhängigkeit des öffentlichen Rundfunks in Frankreich gefährdet. Es waren unmissverständliche Signale aus dem Élysée: zurück zum Staatsfernsehen.

Der Findungsprozess des neuen Direktors gestaltete sich turbulent. Sarkozy blieb unbeirrt (?France Télévisions gehört dem Staat und der Staat bestimmt den Direktor?), monatelang kursierten diverse Namen. Am 14.4.2010 schrieb die ehemalige Kultur- und Kommunikationsministerin und heutige Vize-Präsidentin des Senats Catherina Tasca auf mediapart.fr über den ?Staatsfluch auf France Télévisions?, am 2. Juni veröffentlichte das renommierte Kulturmagazin ?Télérama? ein Manifest mit dem Titel ?Befreit den öffentlichen Rundfunk!? (unterzeichnet von 100 Persönlichkeiten aus Politik und Kulturbetrieb), gegen die

„unerträgliche Regression“, die der direkte Draht zwischen der Exekutive und der Führung des öffentlichen Rundfunks bedeute (1982, nach einem Jahr an der Macht, hatten die Sozialisten unter François Mitterrand das staatliche Rundfunkmonopol abgeschafft). Schließlich, am Morgen des 5. Juli 2010, wurde aus dem Élysée gemeldet: Rémy Pflimlin wird der neue patron von France Télévisions.

In der Folge kam übrigens, wenig überraschend, die Kehrtwende beim Thema Werbestopp. Bereits ab Frühjahr 2010 hatte sich abgezeichnet, was die Pariser Nationalversammlung am 16. November 2010 beschloss. Eine totale Werbefreiheit wird nicht kommen. Ein kompletter Werbeverzicht sei „mit der Lage der öffentlichen Finanzen nicht vereinbar“. Gleichzeitig wird es eine Wiedereinführung von Werbung nach 20 Uhr, die die angespannte Finanzlage ja ein wenig entschärfen könnte, und über die ein Staatsminister im Finanzministerium im August 2012 spekuliert hatte, nicht geben. Die Kultur- und Medienministerin Aurélie Filippetti erteilte der Sache am 24.8.2012 eine resolute Absage. Diese Initiative sei nicht mit der Regierung abgesprochen. Im übrigen sei sie als Medienverantwortliche nicht nur für Budgetprobleme des öffentlichen Rundfunks zuständig. Vielmehr gehe es darum, die Aufgaben und Pflichten des öffentlich-rechtlichen Fernsehens zu überdenken. Keine Änderung also bei der Werbefreiheit am Abend.

Ende 2012 war die Stimmung beim Senderverbund gedrückt, die Prognosen verhießen nichts Gutes, France Télévisions sah sich (und sieht sich noch immer) mit einer zweifachen Krise konfrontiert: Mit aller Voraussicht nach sinkenden Werbeeinnahmen und deutlich gekürzten staatlichen Zuwendungen. Allerdings: Diesen trüben Aussichten zum Trotz konnten die am 2.1.2013 veröffentlichten Zuschauerzahlen für das Gesamtjahr 2012 versöhnlich stimmen. Erstmals seit über zehn Jahren verzeichnen sämtliche Konzernsender steigende oder zumindest stabile Marktanteile. Insgesamt kam France Télévisions auf einen Zuschaueranteil von 30,3% (ein Plus von 0,4%).

Management

Herbst 2013: Rémy Pflimlin ist immer noch da. Zwar hieß es zur Zeit des Machtwechsels im Mai 2012, Pflimlin werde wohl sein Amt unterbrechen und sich neu bewerben müssen, doch die Sache beruhigte sich. Anfang 2013 hört man von der zuständigen Kultur- und Kommunikationsministerin Aurélie Filippetti: „Es gibt nichts, was dagegen spricht, dass Rémy Pflimlin auch Ende 2013 noch der Chef von France Télévisions ist.“ Am 12.12.2012 allerdings hatte Filippetti mit anderen Tönen für Aufsehen gesorgt, als sie in einem Radiointerview deutliche Worte an Generaldirektor Rémy Pflimlin richtete. Öffentlich stellte sie Pflimlins Strategien infrage (besonders hinsichtlich der Programmplanung), sie sagte: „Man kann sich nicht immer hinter Budget-Schwierigkeiten verschanzen“. Äußerungen, die von der Presse als „erstaunlich“ qualifiziert wurden.

Sarkozys skandalumwitterte Medienreform von 2009 aber, das „unheilvolle“ Gesetz (Filippetti), wird grundlegend überarbeitet. Der Aufschrei, der damals europaweit durch die Medien ging („Berlusconisierung“, „wie in Nordkorea?“), bezog sich vor allem auf den Teil des Gesetzes, der die Exekutive, sprich den Präsidenten, zum alleinigen Entscheider über die Ernennung (und Abberufung) der Indendanten der öffentlich-rechtlichen Medienhäuser machte. Mit dieser „politischen Tollheit“ (Le Point) wird bald Schluss sein. Anfang Juni 2013 präsentierte Filippetti das Gesetzesprojekt zur Überarbeitung der Sarkozy-Reform im Ministerrat, Ende Juli folgte die Überprüfung des Ganzen in der Nationalversammlung. Abgeschlossen werden soll diese Reform der Reform Anfang 2014, schon jetzt ist klar, dass der CSA (Conseil national de l’audiovisuel), französische Medienaufsicht und zentrale Regulierungsbehörde, unabhängig die Spitzenpositionen der öffentlich-rechtlichen Anstalten besetzen wird, eine „Depolitisierung“ der Nominierungen wird garantiert. Relativ klar ist auch, dass Rémy Pflimlin sein Mandat bis August 2015 wird erfüllen können, dass er vorerst, wie L’Express schreibt, „unenthrönbar“ scheint.

Pflimlin, Jahrgang 1954, geboren im elsässischen Mulhouse, war von Anfang an im Mediensektor tätig. Er arbeitete u.a. bei der Straßburger Tageszeitung Les Dernières Nouvelles d’Alsace, bevor er 1999 Chef des öffentlich-rechtlichen Kanals France 3 wurde. Er ging 2005, als Patrick de Carolis zur France Télévisions-Holding kam und seine eigenen Leute mitbrachte. Pflimlin gilt als liberal-konservativ und wurde eine Zeitlang als nächster Arte-Präsident gehandelt. Seine Kompetenzen für den Spitzenjob bei France

Télévisions sind unstrittig. Die Konfusion um Pflimlins Ernennung aber zählte das Nachrichtenmagazin L'Express zu den zehn politischen Blindgängern des Jahres? (23.12.2010): Sarkozy habe sich dabei selbst in den Fuß geschossen. Und was auch immer Pflimlin tut, es hat einen entscheidenden Makel: Immer wird darüber der Schatten der zweifelhaften Umstände liegen, unter denen er ins Amt kam.

Tatsächlich schien ihm zunächst sehr daran gelegen, diesen Vorurteilen zu entsprechen. Gleich im August 2010 musste Arlette Chabot gehen: die hochgeschätzte, erfahrene Nachrichten-Chefin von France Télévisions, den damaligen Machthabern im Élysée bekanntermaßen nicht genehm. Den Journalisten Franz-Olivier Giesbert (Autor des Sarkozy-kritischen 'M. le Président: Scènes de la vie politique, 2005-2011') und Guillaume Durand (Freund des Sarkozy-Widersachers Dominique de Villepin) erging es ähnlich: Sie verloren ihre Sendeplätze. Dazu Guillaume Durand: 'Rémy Pflimlin gehorcht dem Élysée wie ein Präfekt aus der Provinz.'

Pflimlin holte dann Thierry Thuillier (als Nachfolger von Arlette Chabot) und Pierre Sied (als neuen Directeur général bei France 3), zwei gute Bekannte des Präsidenten. Dazu Pflimlin seinerzeit im Interview mit Libération am 4. Mai 2011: 'Es stimmt, es wird immer diesen Verdacht geben, deshalb halte ich Abstand (...) Ich habe nie mit Nicolas Sarkozy zu Mittag oder zu Abend gegessen. Ich sieze ihn, er siezt mich.'

Bereits im Herbst 2011 wurde Kritik an Pflimlin laut, ein Jahr nach seinem Amtsantritt, nach seiner ersten rentrée als PDG von France Télévisions und mit Zuschauerzahlen 'im freien Fall?'. Viel zu sehr habe er auf Wandel und Erneuerung gesetzt (mit insgesamt 50 neuen Programmen auf seinen diversen Sendern), und zu viele alte, vertraute Moderatoren abgesetzt. Ende 2012 hat sich an dieser Einschätzung nichts geändert. Über Pflimlin, der von sich selbst sagt: 'Je suis un chef d'entreprise, je ne suis pas un show man?', hieß es jetzt: Er ändert sein Programmschema alle zwei Monate. Die neuen Sendungen aber erwiesen sich in der Regel als Fiasko und hatten jeweils noch weniger Zuspruch als die Vorgänger.

Zu einer profunden Reorganisation, einem Großreinemachen auf der Führungsebene kam es zu Jahresanfang 2013. Rémy Pflimlin greift durch und verkündet: Die Führungsspitzen der einzelnen Sender der Gruppe werden aufgelöst. Es gehe darum, France Télévisions wettbewerbsfähiger zu machen und anzupassen an einen 'neuen technologischen und ökonomischen Kontext?'. Ganz oben im neuen Organigramm findet sich jetzt ein vierköpfiger 'Conseil de présidence?', der alle Fäden für den Gesamtkonzern in der Hand hält und aus vier vertrauten Mitstreitern Rémy Pflimlins besteht, jeder ausgestattet mit dem Posten eines Generaldirektors. Die neuen starken Männer (es sind nur Männer, was entsprechenden Protest feministischer Gruppen hervorrief): Martin Adjari (zuständig für Verwaltung, Finanzen), Patrice Papet (Personalchef), Thierry Thuillier (Nachrichtenchef) und, als zentrale Figur und 'l'homme qui monte?', Bruno Patino: Von nun an Chef und Programmverantwortlicher aller Sender.

Geschäftsbereiche

Unter dem Dach der France Télévisions-Holding sind sämtliche öffentliche TV-Sender Frankreichs gruppiert (29,9% Marktanteil der gesamten Gruppe 2011), von der altehrwürdigen chaîne généraliste, dem öffentlich-rechtlichen Flaggschiff France 2 (14,9% Marktanteil 2011), dem stärker regional orientierten France 3 (9,7%), bis zum Kultur- und Bildungskanal France 5 (3,3%), die alle als digitales Antennenfernsehen TNT (französisches DVB-T) empfangbar sind. Dazu die über Kabel, Satellit und TNT verbreiteten Sender France 4 (zuvor 'Festival?'), dem erfolgreichen Spielfilm-, Serien-, Comedy- und Musiksender (Zielgruppe: 15-34, 2% Marktanteil), und France Ô (mit Programmen aus den Übersee-Territorien), seit dem 14. Juli 2010 über TNT auch in Frankreich empfangbar. (Die Zahlen für die Marktanteile 2012 der einzelnen Sender von France Télévisions liegen bislang nicht vor.)

Ein Wort zu RFO (Réseau France Outre-mer): Die TV- und Radio-Sendergruppe in den französischen Überseegebieten, die unter diversen Bezeichnungen seit 1954 existierte, wurde mit Wirkung vom 30.10.2010 umbenannt in Réseau Outre-Mer 1ère. Über das jetzt auch u.a. auf La Réunion, Martinique, Guadeloupe, Neukaledonien und Französisch-Guayana verfügbare TNT sendet Outre-mer 1ère die neun lokalen Übersee-Kanäle und mehr aus dem Hause France Télévisions (France 2 bis 5, Arte).

Weiterhin hält France Télévisions u. a. Anteile an den Sendern Arte France (45% und darüber 50% an Arte), TV5 Monde (49%) sowie an den Spartenkanälen Mezzo (40% FTV, 60% Lagardère), Planète Thalassa (34% FTV, 66% Canal+), Planète Justice (34% FTV, 66% Canal+), Gulli (Kinderprogramm, 34% FTV, 66% Lagardère) und EuroNews. Dazu kommen weitere Tochterunternehmen aus den Bereichen Werbung (FTP France Télévisions Publicité), Rechtevertrieb (France Télévisions Distribution) und Filmproduktion (France 2 Cinéma, France 3 Cinéma).

Engagement in Deutschland

Die Aktivitäten von France Télévisions beschränken sich auf Frankreich und die angeschlossenen Territorien in Übersee. Das Unternehmen hält keine ausländischen Beteiligungen.

Aktuelle Entwicklung

Noch gibt es kein neues Gesetz zur Medienreform, noch keinen neuen Präsidenten (von France Télévisions). Der alte, noch von Sarkozys Gnaden eingesetzte Rémy Pflimlin hat im wesentlichen damit zu tun, die Finanzkrise zu verwalten. Bei langwierigen Verhandlungen mit diversen Ministerien geht es um Zielvorgaben, Finanzdiät und Sparprogramme. Denn France Télévisions geht es nicht gut. Tiefrote Zahlen, wegbrechende Einschaltquoten. Immer wieder liest man von einer Krise ohnegleichen beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Im Wirtschaftsmagazin Le Point spricht man von einer ?dramatischen Situation?.

Stichwort Krise: Die desolante Lage der öffentlichen Finanzen, die ökonomische Misere des französischen Staats (Rezession, Rekordarbeitslosigkeit) machen sich auch beim von ihm abhängigen öffentlichen Rundfunk bemerkbar. Denn seit Sarkozys Medienreform vom März 2009, also seit der Abschaffung von Werbung nach 20 Uhr und der Einführung von staatlichen Kompensationszahlungen, sieht sich France Télévisions den Anpassungen des Staatsbudgets ausgesetzt bzw. muss auch die staatliche Senderholding einen Beitrag zur ?Sanierung der öffentlichen Finanzen? leisten und zukünftig mit weniger auskommen. ?France Télévisions kostet den Staat sehr viel Geld?, kann man jetzt lesen, ?in dieser schwierigen Zeit?. Daher die Etatkürzungen: 2013 wird die staatliche Subventionierung um 85 Mio. ? sinken (auf 2,45 Mrd. ?). Das alles vor dem Hintergrund der Krise auf dem Werbemarkt, die für weitere Einschnitte sorgen wird. Von einem Verlust von 133 Mio. ? für 2013 wird mittlerweile ausgegangen. Le Monde bringt es auf den Punkt: Rémy Pflimlin findet sich ?zwischen Hammer und Amboss? wieder, zwischen Finanzministerium (das weitere Einsparungen fordert) und Kultur-/Medienministerium (das die Sendergruppe an ihre ?öffentlich-rechtlichen Aufgaben und Pflichten? erinnert). Eine Lösung des Dilemmas scheint ?illusorisch?. ?C'est mission impossible pour Rémy Pflimlin?, heißt es bei der privaten Konkurrenz.

Und jetzt? Was kann man tun? Klar ist: Pflimlin und seine Generaldirektoren müssen sparen. Er sagt: ?Maßnahmen zur Anpassung? sind erforderlich. Hier sind die üblichen Einsparungen beim Programmangebot und mehr Wiederholungen vorgesehen, sowie ein Stellenabbau über Abfindungsangebote. Ein freiwilliger Eintritt in den Vorruhestand also; hier steht die Zahl von 650 Arbeitsplätzen im Raum. Nachgedacht wird außerdem über eine Ausweitung der Rundfunkgebühren auf Zweitwohnsitze (die jährlich etwa 400 Mio. Euro bringen würde), über ein anderes Gebührenmodell, etwa eine Haushaltsabgabe nach deutschem Vorbild, und/oder eine weitere Gebührenerhöhung, nachdem der Beitrag in Frankreich bereits 2012 um monatlich sechs Euro (auf jährlich 131 Euro) erhöht wurde. Hier liegt Frankreich noch deutlich unter dem Niveau der Nachbarländer (175 Euro in Großbritannien und 215 Euro in Deutschland). Und natürlich kommt ein stetig wiederkehrendes Thema auf: Eine Wiedereinführung von Werbung am Abend. Rémy Pflimlin als derjenige, der mit der ganzen Malaise seiner Sendergruppe am besten vertraut ist, hat das schon öfter für ein probates Mittel gehalten. Aber daraus wird wohl nichts. Die Regierung will nicht das Risiko eingehen, den sich ohnehin in einer Flaute befindlichen Werbemarkt weiter zu destabilisieren.

Links

» [Jahresbericht 2011](#)

» [Biographie Rémy Pflimlin](#)

Letzte Änderung: 12.06.2014 12:24 | Verantwortlich: Christian Wagener (verantwortlich)