

# Die Herausforderer

Die klassischen Printmedien werden in Luxemburg von der Gratispresse (*L'Essentiel*) und drei sehr unterschiedlichen digitalen Angeboten in die Zange genommen. Ein kurzer Überblick über die Herausforderer rtl.lu, wort.lu und paperJam newsletter.

## Rtl.lu – die Newsmaschine

Rtl.lu, die Internetseite von RTL Radio und RTL Télé tritt dem Besucher auch in der neuen Version mit einem überwältigenden Angebot entgegen. „Blech und Blut“, ein wenig Unzucht, Wetter und Sport mischen sich mit lokalen Nachrichten und internationaler Politik. Dazu wird ein kompletter und gut strukturierter Zugang zum Radio- und Fernseharchiv geboten. Eine Presseschau (vielen Dank Luc!), Kommentare (Carte blanche) sowie eine *Hellewull* von Gimmicks machen das Durcheinander perfekt. Das Ganze stellt sich auf Luxemburgisch dar, was dem Auftritt ein wenig das Ambiente eines leicht unaufgeräumten, lärmenden Cafés verleiht. Die sehr animierten und teilweise überraschend rauen Kommentare in den Diskussionsforen sind beeindruckend und geben den Blick frei auf (einen Teil) von Volkes Seele.

Breaking News und Live-Ticker (z. B. bei der Rede zur Lage der Nation) werden von der mittlerweile sechsköpfigen Internet-Redaktion produziert. Ansonsten beruhen Nachrichten und Texte größtenteils auf dem, was von der Radio-Redaktion reinkommt und was gegebenenfalls noch einmal umformuliert und mit Links, zusätzlichen Infos, Dokumenten sowie mit Videomaterial angereichert wird. Die Zusammenarbeit mit RTL Télé scheint sich eher auf die Nutzung von Interviewmaterial zu beschränken. Die Stärken liegen ganz klar auf der Medienkonvergenz: Text, Bildergalerien, Videomaterial, Kommentare und Diskussionsforen – alles geht ineinander über und liefert ein mediales Gesamterlebnis. Für den Werbekunden ist es letztlich unerheblich, wann und wo und vor welchem Gerät die Zielgruppe erreicht wird. Parallel wird jederzeit die Marke RTL im Bewusstsein des Nutzers verankert.

## wort.lu – Onlinejournalismus mit Lokalbezug in vier Sprachen

Das Internetangebot von wort.lu wurde erst vor anderthalb Jahren erneuert und soll in Kürze noch einmal ein Update erhalten. Weltweit wahrscheinlich ziemlich einmalig entstehen hier unabhängig voneinander vier mehr oder weniger ausführliche Sprachversionen (DE/FR/EN/Port). Sie speisen sich aus dem gleichen Nachrichtenpool, werden aber an die „nationalen“ Besonderheiten und Interessen der jeweiligen Sprachengruppe von eigenen Web-Teams angepasst.

Der gemeinsame Newsdesk, der alle Journalisten des Hauses versammelt, beliefert über das integrierte Redaktionssystem nicht nur das *Luxemburger Wort* und *Télécran*, sondern auch die vier Internetseiten. Während in den Printausgaben in der Regel Nachrichten

neben Analyse und Hintergrundberichten vermischt sind, tritt der Online-Auftritt als reiner Nachrichtenkanal auf mit einem zusätzlichen Akzent auf Themen wie Wetter und Verkehr. News werden nach und nach aktualisiert, wer die Zusammenfassung lesen möchte, muss zur Printausgabe greifen. Daneben investiert wort.lu in Live-Ticker (etwa zum Bommeleecör-Prozess, zu Parlamentsdebatten oder auch zu nationalen Sportereignissen) und in kleine, von den Wort-Redakteuren zusätzlich moderierte Info- und Interview-Clips. Überraschend dann zurzeit das Angebot langer Meinungsbeiträge zum pro und contra der „Homo-Ehe“ sowie auf der Basis des Christopher Clark-Bestsellers *Schlafwandler* ein interessantes Dossier zum 1. Weltkrieg.

Gegenüber dem Angebot von RTL fallen die höhere Qualität der Texte und die sorgsame Aufbereitung der Nachrichten auf. Es ist deutlich, dass es sich bei wort.lu nicht um ein Abfallprodukt oder um Zweitverwertung handelt, sondern mittelfristig um den Versuch, Online-Journalismus in Luxemburg zu etablieren. Dadurch stellen sich aber unweigerlich Fragen nach dem Mehrwert der Zeitung. Je erfolgreicher das Online-Angebot ist, desto besser muss die Zeitung werden und dort punkten, wo sie es noch kann: bei der Darstellung von Zusammenhängen und bei der Auswahl der Themen – sonst wird die Rechnung kaum aufgehen.

## paperJam-newsletter – der Drahtseilakt

Zweimal täglich (8 Uhr morgens und 16 Uhr nachmittags) liefert der französischsprachige Newsletter der Zeitschrift *paperJam* lokale Nachrichten aus Politik und Wirtschaft. Obwohl es ein reines Nischenprodukt ist, das sich vordergründig an die Business-Community wendet, hat der Newsletter innerhalb weniger Monate die Situation auf dem Luxemburger Nachrichtenmarkt verändert. Die Mitarbeit von Véronique Pujol und einiger hungriger und familiär ungebundener Journalisten führte zu einem rasanten Angebot, das nicht auf Vollständigkeit, sondern auf Scoops und kritische Berichterstattung setzt. Der Rhythmus ist atemberaubend, auch wenn das Ergebnis nicht immer ganz sauber ausfällt, wie sich am Beispiel eines Berichtes über den ACL im Archiv nachprüfen lässt. Die ersten großen Wirtschaftsakteure haben sich mittlerweile abgesichert, in dem sie prophylaktisch mit dem Entzug des gesamten Werbebudgets drohen. Obwohl es technisch vorgesehen ist, nutzen die Leser die Kommentarfunktion lieber nicht. Parallel zu den journalistischen Beiträgen werden Pressecommuniqués übernommen. Man kann gespannt sein, wie lange das Experiment gutgeht, das Mike Koedingers „langen Marsch“ in den richtigen Journalismus endgültig besiegelt.