



Web statt Papier Das Zeitungswesen Version .lu

Guy Hoffmann

Ob wichtige politische Entscheidungen, spannende Sportevents oder unerwartete Katastrophen – die Online-Zeitungen informieren stets in Echtzeit. Doch wer steckt hinter den virtuellen Informationen auf unseren Bildschirmen?

Die ersten Luxemburger Online-Zeitungen erschienen 1995. Oder war es schon 1994? Oder erst 1996? So genau weiß das niemand mehr. Bei der Fülle an Informationen, die tagtäglich über die Bildschirme jagen, ist die einzig wichtige Zeiteinheit die Sekunde.

Nur die Sekunde zählt

So etwa ist der Brückeneinsturz in Bettemburg heute schon Geschichte. Damals aber, am 10. Juli 2014, liefen in den Online-Redaktionen die Drähte heiß: wer schaltet das erste Foto der Katastrophe auf seine Webseite? Wer liefert als Erster die beruhigende Nachricht, dass es keine Opfer zu beklagen gibt?

Oft sind es Augenzeugen, die mit ihrem Smartphone erste Fotos schießen und einer Online-Redaktion zusenden. „Diese Fotos sehen nicht unbedingt gut aus, aber das ist gerade ihr Vorteil: sie sind authentisch“, sagt Luc Marteling, Chefredaktor von *rtl.lu*.

Die sogenannten mobilen Reporter erhalten kein Geld für ihr Bildmaterial.

„Das funktioniert in etwa wie Wikipedia“, erklärt Marteling. „Lediglich der Name des Fotografen kann auf Wunsch hinzugefügt werden.“

Trotzdem ist eine Online-Zeitung keine von Freiwilligen erstellte Plattform. „Wir legen Wert darauf, die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in unsere journalistische Arbeit zu erhalten“, formuliert es der Chefredaktor von *rtl.lu*.

Ein unspektakulärer Arbeitsplatz

Ein Online-Redakteur arbeitet fast ausschließlich vor seinem Rechner. Ein Besuch an seinem Arbeitsplatz mutet demnach eher unspektakulär an.

Im Gebäude der *editpress* in Esch-Alzette sitzen an diesem Montag, 8. September lediglich zwei Personen in der Online-Redaktion des *Tageblatt*: Chefredakteur Lucien Montebrusco und sein Mitarbeiter Finn Overdick – neben ihm eine Kollegin vom *quotidien.lu*. Beide sitzen Montebrusco gegenüber, dazwischen sind vier weitere Arbeitsplätze, zwei und zwei vis-à-vis. Heute sind sie leer: Die Angestellten haben frei oder sind im Urlaub – in der Luxemburger Aktualität ist noch Sommerloch.

Finn Overdick trägt Kopfhörer, er ist vertieft in seine Arbeit. Sein Blick heftet am Bildschirm – er hat sich regelrecht ausgeklinkt aus der realen Welt.

(Oben) Von Bildschirm zu Bildschirm: Online Nachrichten erreichen den Leser in Sekundenschnelle.

„Hier ist alles virtuell – außer den Mitarbeitern und den Computern!“, sagt Montebusco.

Damit verneint er nicht etwa alles andere Reale im Raum – die beiden Fensterreihen, die das Büro in freundliches Tageslicht tauchen, die Bilder an den Wänden und die cremeweiß gestrichenen Metallschränke. Vielmehr fasst der Journalist grob zusammen, wie eine Online-Zeitung entsteht – am Bildschirm.

„Die Informationen werden uns von den Kollegen der Print Redaktion geliefert, sowie von den Nachrichtenagenturen *dpa* und *afp*. Darüber hinaus erhalten wir Pressemitteilungen von den Verwaltungen und den privaten Unternehmen“, erklärt Montebusco. „Wenn nötig fragen die Journalisten telefonisch nach zusätzlichen Details – etwa bei der Polizei oder der Feuerwehr.“

Die Online-Redaktion ist, wie anderwärts auch, täglich von 6.00 bis 22.00 Uhr besetzt, bei besonderen Ereignissen – etwa bei Wahlen, kann es auch später werden. Die Journalisten haben ebenfalls die Möglichkeit, Text- und Bildmaterial von zuhause aus online zu schalten, dank einer benutzerfreundlichen Software. Allerdings wird durch Schichtarbeit versucht, die Mitarbeiter in ihrer Freizeit zu schonen.

„Die Selbstausschöpfung der Online-Journalisten ist oft größer als das, was wir von ihnen verlangen!“, sagt Montebusco.

Eine akkurate Planung

Recht geschäftig geht es am Freitag vor dem Schulanfang im *Newsdesk* des *Luxemburger Wort* in Gasperich zu. Das *Newsdesk* ist ein Großraumbüro, das problemlos ein Tennisfeld fassen könnte. Die Mitarbeiter der Online- und Print-Redaktionen sitzen hier an wabenförmig angeordneten Tischgruppen. Der Raum ist optisch zweigeteilt, mittels eines breiten Durchgangs, der zum Redaktionstisch führt.

„Jedes Medium hat seine eigene Logik, um gemeinsame Inhalte kanalgerecht zu verbreiten“, sagt Planungschef Christophe Langenbrink. Er hat dafür zu sorgen, dass die Zusammenarbeit beider Medien bestens funktioniert. Es gehe nicht nur darum, auf Themen zu reagieren, die von der Aktualität vorgegeben sind. Parallel arbeite das *Luxemburger Wort* sein eigenes Profil aus, mit Schwerpunktthemen, die auf einen längeren Zeitraum geplant werden.

Es ist halb zehn, als sich zwölf Journalisten der beiden Abteilungen Print und Online zur alltäglichen Redaktionskonferenz zusammenfinden. An einem großen Bildschirm, gleich neben dem Redaktionstisch, stehen Zahlen, genannt „Traffik“. Es ist die Hitliste der Artikel, die am Vortag online waren. So gab es 4 400 Klicks für die Nachricht, die Großherzogin hätte sich einer Knieoperation unterzogen. 4300



Bei der Redaktionskonferenz im *Luxemburger Wort* fungiert der Bildschirm als stiller Mitarbeiter. Sein Zahlenmaterial gibt Aufschluss über das Leserinteresse beim Online Medium.



Webjournalistin Christelle Ranieri beantwortet Leserkommentare bei *wort.lu*.

Guy Hoffmann

Leser interessierten sich derweil für die Reportage über Luxemburger, die ins deutsche Grenzgebiet gezogen sind – ein Thema, das 1 100 Mal kommentiert wurde.

„Wir hatten gestern 62 000 Besucher online!“ freut sich der stellvertretende Planungschef Marc Thill.

„Heute morgen interessierten sich unsere Leser vor allem für die Nachricht bezüglich der 30 Luxemburger Weine und *Crémants* im *Guide Hachette*“, stellt Chefredaktor Jean-Lou Siweck fest.

Alsdann erfolgt eine kritische Analyse der heutigen Papierausgabe des *Wort*. Weiter geht es mit der Planung der Wochenendausgaben im Print und Online.

Soziale Medien

Nicht weit von Siweck entfernt sitzt Christelle Ranieri. Die junge Webjournalistin und Redakteurin für soziale Netzwerke verlässt ihren Arbeitsplatz während der Pressekonferenz nicht. Sie kümmert sich um die Interaktivität mit der Leserschaft und den externen Mitarbeitern. Ihr Blick schweift unentwegt zwischen zwei Bildschirmen hin- und her: links die Facebook Seite von *wort.lu*, rechts eine mit roten, gelben, blauen und schwarzen „W-Logos“ übersäte, in Kolonnen unterteilte Seite. Es

ist der Überblick aller Artikel, die gerade online sind, im französisch-, englisch- und deutschsprachigen *wort.lu* sowie auf der Sportseite. Christelle Ranieri verfolgt in Real Time alle Aktivitäten der Leser und Wort-Journalisten auf Facebook und Twitter. Sie reagiert auf Anregungen und Kommentare, gibt erstere an die betroffenen Redaktionen weiter, beantwortet letztere. Außerdem entfernt sie etwaige Beleidigungen oder Anstiftungen zu Rassismus und Xenophobie.

„Als Online-Medium ist man nicht glaubhaft, wenn man die sozialen Medien ignoriert“, kommentiert Ranieri ihre Arbeit.

An der Tischgruppe gleich daneben sitzt Romain Schanck. Er kümmert sich um *mywort.lu* – die Zeitung, in der Leser gratis Beiträge veröffentlichen dürfen. Schanck füttert auch die Facebook Seite von *wort.lu* mit ansprechenden Informationshappen. Näheres zu diesen Kurznachrichten, die in ihrer Timeline zu lesen sind, erfahren Facebook Nutzer, wenn sie zur Facebook Seite von *wort.lu* wechseln. Von dort bis nach *mywort.lu* oder *wort.lu* ist der Weg nicht weit – und jeder Besucher ist willkommen!





tageblatt.lu: Chefredaktor Lucien Montebrusco bedauert das manchmal oberflächliche Interesse des Online-Zeitungslesers.



Guy Hoffmann

rtl.lu: Chefredakteur Luc Marteling ist sich der Grenzen des Online Mediums bewusst.

Richtig oder falsch?

Online-Zeitungen¹ sind in der Tat für ihre Leser kostenlos. Zahlen tut lediglich die Werbebranche, und zwar umso lieber, wenn eine Webseite viel besucht wird. Wie groß ist da der Druck, eine Nachricht ungeprüft online zu schalten?

Tageblatt.lu-Chefredaktor Lucien Montebrusco spricht in dem Zusammenhang von einem Wahrheitsgehalt um die 80 %, bevor eine Meldung frei geschaltet wird. Rtl.lu Chefredaktor Luc Marteling kann sich mit seiner Aussage identifizieren, fügt aber an: „Wenn etwas noch nicht sicher ist oder unvollständig, kann man die Nachricht publizieren, muss sie aber als unsicher oder inkomplett kennzeichnen, etwa mit einem Konjunktiv oder der Ankündigung „ersten Meldungen zufolge“.

Bei Inlandnachrichten sei alles überprüfbar, für Meldungen aus dem Ausland müsse man sich auf die Nachrichtenagenturen verlassen.

„Da kann auch mal was schiefgehen“, sagt Montebrusco und zitiert eine ältere Blitzmeldung der *afp*: „Es wurde ein Waffenstillstand in der Ukraine vereinbart.“ Etwas später folgte dann die Richtigstellung seitens der *afp*: „Die Separatisten sprachen von einem Waffenstillstand, die Regierung

hat das nicht bestätigt!“ Daraufhin gab *tageblatt.lu* eine neue Nachricht heraus und entschuldigte sich bei seinen Lesern. Eine andere Möglichkeit sei es, so Montebrusco, die unvollständige Nachricht mit dem Banner „update folgt“ zu versehen.

Auch *rtl.lu*-Chefredaktor Luc Marteling ist sich des Risikos bewusst, dass eine Meldung einer Nachrichtenagentur sich später als falsch erweisen kann. „In dem Fall ändern wir den Titel und das Foto – im Vorfeld haben wir sowieso die betreffende Agentur als Quelle genannt.“

Natürlich bleibt auch die falsche Nachricht im Archiv – *rtl.lu* zählt gegebenenfalls auf die Umsicht der Leser.

Eine neue Sprache in einem neuen Medium

Die User scheinen tatsächlich sehr zufrieden mit der Online-Zeitung des Radio- und Fernsehsenders zu sein: Am gestrigen Donnerstag, den 18. September hatte *rtl.lu* 91 666 Besucher. Letztere sind durchschnittlich 6'21" geblieben und haben 157 000 Dateien aufgerufen. Diese Messungen stellen nicht etwa ausnahmsbedingte Höchstwerte dar – sie entsprechen vielmehr der durchschnittlichen Quote.

Anders als bei der Konkurrenz ist die Zeitungssprache bei *rtl.lu* luxemburgisch. Der schriftliche Umgang mit unserer Sprache war auch für die Journalisten vorerst neu und gewöhnungsbedürftig. Luc Marteling beispielsweise hat in München Kommunikationswissenschaften und Philosophie studiert. Dort, wie auch später im Beruf, war Deutsch seine Schriftsprache. 2008 ist er dann vom Wochenmagazin *Télécran* zu *rtl.lu* gewechselt. Nun war nicht nur das Medium für ihn neu, sondern auch die Sprache. „Die neuen Medien haben das Luxemburgische als Schriftsprache populärer gemacht“, sagt Marteling heute. Immer mehr verlernen die Einheimischen ihre Hemmungen vor dem schriftlichen Umgang mit ihrer Sprache. Diese sei zu einem gemeinsamen Nenner geworden für alle, die ihrer mächtig sind.

So auch für die Online-Redakteure Olivier, Sandra und Kim, die um einen gemeinsamen Tisch sitzen, jeder an seinem Computer. Ihr Büro – ein länglicher Raum, der an einen Flur erinnert – teilen sie mit den Kollegen vom Radio. Der Informationsfluss zwischen beiden Medien ist sozusagen geographisch begünstigt. Meistens fließen die News vom Radio zum Online-Medium, heute aber war es Sandra, die als Erste eine interessante Nachricht hatte: „Netflix kommt nach Luxemburg!“ Sie hatte als private Interessentin eine diesbezügliche Mail vom Internetanbieter erhalten.

Design und Technik

Etwas länger hingegen ist der Weg der Online-Redakteure zur Technik – zumindest in realen Schritten ausgedrückt. Treppab, über einen Binnenhof am derzeitigen Baustellenlärm auf dem CLT-Gelände vorbei, zu einem Nachbargebäude und dort wieder treppauf. Hier ist das Büro des Station-Managers Tom Weber. Nur eine mit einer Jalousie versehene Glasscheibe trennt ihn von seinen Mitarbeitern, den fünf Technikern.

„Sie sind allesamt Vollblutinformatiker!“, erklärt Chefredaktor Marteling. „Die einen haben Informatik studiert, die anderen haben ihren Job in der alltäglichen Praxis erlernt!“ Einer der Informatiker sei ebenfalls als Designer tätig, manchmal arbeite er auch mit dem Graphiker des Fernsehkanals zusammen.

Fremde Journalisten scheinen nicht unbedingt als Besucher im Hochsicherheitslabor der Technik willkommen zu sein – mehr als einen Blick durch die verdunkelte Scheibe ist da nicht zu erhaschen ...

Doch auch beim Konkurrenten *wort.lu* verlassen die ‚Entwickler‘, wie sie hier genannt werden, ihr Büro, um etwaige Fragen auswärtiger Besucher zu beantworten. Jean-Christophe Denis und Alain Rouen sind gelernte Bauingenieure. Zusammen mit den Kollegen der Redaktion arbeiten

sie neue Produkte aus. Das rezenteste Beispiel ist die aktuelle Version von *mywort.lu* – am 14. Mai 2014 online geschaltet. Denis und Rouen kümmern sich ebenfalls um das Layout und die Graphik der Webseite *wort.lu*, aber auch um deren Ergonomie: Der Weg zur gewünschten Information muss für den Leser deutlich erkennbar sein und darf nur wenige Mausklicks erfordern. Letztendlich arbeiten die Entwickler das *responsive design* aus, das heißt, sie bauen die Webseite so auf, dass sie sich allen Bildschirmgrößen anpassen kann.

„Die Webseite ist ein Produkt, das wir tagtäglich weiterentwickeln“, sagt Alain Rouen, „es gibt einen Anfang, aber kein Ende!“

Dieses Zitat beschreibt genau das, was ständig auf den Webseiten der Online-Zeitungen passiert, nämlich Umbauarbeiten. Manchmal entstehen dadurch Baustellen im Netz, die für den User unangenehm sind.

So etwa hatte *paperjam*, ein Businessmagazin mit zwei Kanälen – der Monatszeitschrift auf Glanzpapier und der Online-Tageszeitung – seine Webseite am Wochenende des 20. Septembers vorübergehend geschlossen. Am Montag darauf erschien sie dann in neuem Look – aber leider nicht auf den Bildschirmen aller Internetsurfer.

„Der Start war etwas langwierig“, umschreibt Chefredakteur Jean-Michel Gaudron das Problem. Über den stressbedingten Umgangston im Büro der Technik kann man nur Vermutungen anstellen. Ein Mitarbeiter witzelt: „Es ist hier wie zuhause!“

Das (zweite) Zuhause ist ein Raum, in dem acht Personen an einem großzügigen, gemeinsamen Tisch arbeiten – jeder an seinem Computer. Berührungängste mit auswärtigen Besuchern haben die Techniker nicht, lassen sich aber ansonsten nicht in ihre Karten schauen.

Newsletters

Im Büro nebenan geht es sehr viel offener zu. Hier sitzen die Online-Journalisten von *paperjam* in Reih und Glied nebeneinander, jeweils an ihren Rechnern, mit den Gesichtern zur Wand. Dreieckige, mit grauem Stoff bezogene Trennelemente schotten die Bildschirme voneinander ab. An diesem 29. September, kurz nach halb vier, wirken alle Mitarbeiter noch recht entspannt, trotz des bevorstehenden „Redaktionsschlusses“ für die *Newsletter* – zweimal täglich wird sie verschickt. Die erste erhalten die rund 16000 Abonnenten um 8.00 Uhr, „wenn sie an ihrem Arbeitsplatz ankommen und ihre Mails lesen“, sagt Chefredakteur Jean-Michel Gaudron. Die zweite folgt dann „vor Büroschluss“ um 16.00 Uhr. Die Empfänger – es handelt sich überwiegend um Akteure aus der Wirtschaft – öffnen durchschnittlich 30% dieser Mails.



wort.lu: Webentwickler Alain Rouen und Jean-Christophe Denis lassen sich bei ihrer Arbeit nicht über die Schulter schauen.



paperjam.lu: Chefredakteur Jean-Michel Gaudron spricht ohne Punkt und Komma, sosehr drängt die Zeit, kurz vor dem Versand der zweiten täglichen Newsletter.

Nun aber kommt doch etwas Hektik auf. Online-Redakteur Thierry lochem ist eben dabei, eine Nachricht über eine kürzlich umbenannte Treuhandgesellschaft startklar für die *Newsletter* zu machen. Text auswählen, kopieren, einsetzen – das Gleiche nochmals mit dem Foto. Auf dem Bildschirm flammt eine rote Fehlerbotschaft auf. lochem wiederholt alle Arbeitsschritte, schaut kurz auf die Armbanduhr – die Zeit drängt. Das verrät ihm ebenfalls das Display auf seinem Festnetztelefon, zu dem er kurz hinüberschleicht. Nun aber! Haupt- und Untertitel einsetzen, Rubrik wählen: „es ist gesendet!“, ruft er erleichtert. Jetzt hat Jean-Michel Gaudron den Beitrag auf seinem Bildschirm. Er überliest ihn in Windeseile nach etwaigen Fehlern, setzt hier ein Komma, da ein *Accent Aigu*. Den letzten Test vor dem Versand an die Empfänger macht Alain Ducat. Er hat nun die ganze *Newsletter* auf seinem Bildschirm – Texte und Fotos, durchsetzt mit Werbebannern. Alles ok? Sendung erfolgt.

Zukunftsaussichten

Newsletter, Online-Zeitung und Co – sind das unsere Medien der Zukunft? Schnelle, manchmal nur halbgegart Informationshappen, für den Wissenshunger zwischendurch?

„Man kann Online-Journalismus mit besserem Gewissen machen, wenn man weiß, dass man Kollegen beim Radio und Fernsehen hat. Sie haben die Möglichkeit, mehr zu reflektieren!“, sagt *rtl.lu*-Chefredakteur Luc Marteling.

„Einen großen, sorgfältig recherchierten Beitrag online zu schalten, wo er kaum bis zum Schluss gelesen wird, ist frustrierend!“ bedauert *tageblatt.lu*-Redakteur Lucien Montebusco.

„Die Komplementarität beider Kanäle, Online und Print, schafft einen Mehrwert für den Leser“, so die Überzeugung von Christophe Langenbrink, Planungschef bei *wort.lu*.

„Das Web ist das Medium der Unmittelbarkeit. Das Print ergänzt dessen Reaktivität, indem es zusätzliche Gesprächspartner einschaltet“, erklärt Pierre Sorlut, der bis vor ein paar Tagen Chefredakteur bei *paperjam.lu* war.

Sehr interessant ist auch folgende Aussage von Luc Marteling: „Ich wäre nicht froh, wenn wir eine Zukunft ohne Papiermedien hätten!“

Er soll hier das letzte Wort haben!

Christiane Grün

¹ Das e-paper, also die elektronische Ausgabe einer Zeitung, ist hingegen kostenpflichtig.