

Großherzogtum Luxemburg

APROPOS

...



HAUPTSTADT:
LUXEMBURG

NACHBARLÄNDER:
DEUTSCHLAND
BELGIEN
FRANKREICH

FLÄCHE:
2 586 KM²

BEVÖLKERUNG:
524 900 EINWOHNER,
DAVON 229 900 AUSLÄNDER

STAATSFORM:
KONSTITUTIONELLE
MONARCHIE

APROPOS



Medien

Ein Land an der Schnittstelle zwischen romanischer und germanischer Welt; ein kleiner Markt mit 500 000 Einwohnern; eine mehrsprachige Bevölkerung mit über 40% mehr oder weniger neu zugewanderter Ausländer; eine offene Wirtschaft, die an jedem Werktag mehr als 155 000 Grenzgänger ins Land zieht; das Ganze verbunden mit einem leichten Zugang sowohl zu den Presseprodukten als auch zu den Rundfunk- und Fernsehsendern der Nachbarländer: Die Medienlandschaft des Großherzogtums Luxemburg erweist sich in mehr als einer Hinsicht als außergewöhnlich.

Und doch verfügt das Land trotz dieser zahlreichen Herausforderungen über ein durchaus reiches einheimisches Medienangebot. Und was für die Printmedien schon seit langem gilt, trifft seit den 1980er Jahren zunehmend auch auf Rundfunk und sogar Fernsehen zu.

Diese Vielfalt ist zumindest teilweise die Folge einer medienfreundlichen Regierungspolitik, vor allem in Form von Zuschüssen im Rahmen einer Pressehilferegelung für Printmedien. Im audiovisuellen Bereich hingegen kam es erst Anfang der 1990er Jahre zur Abschaffung des Monopols, das mit dem Beginn der Rundfunkstätigkeit in den 1930er Jahren eingeführt worden war.

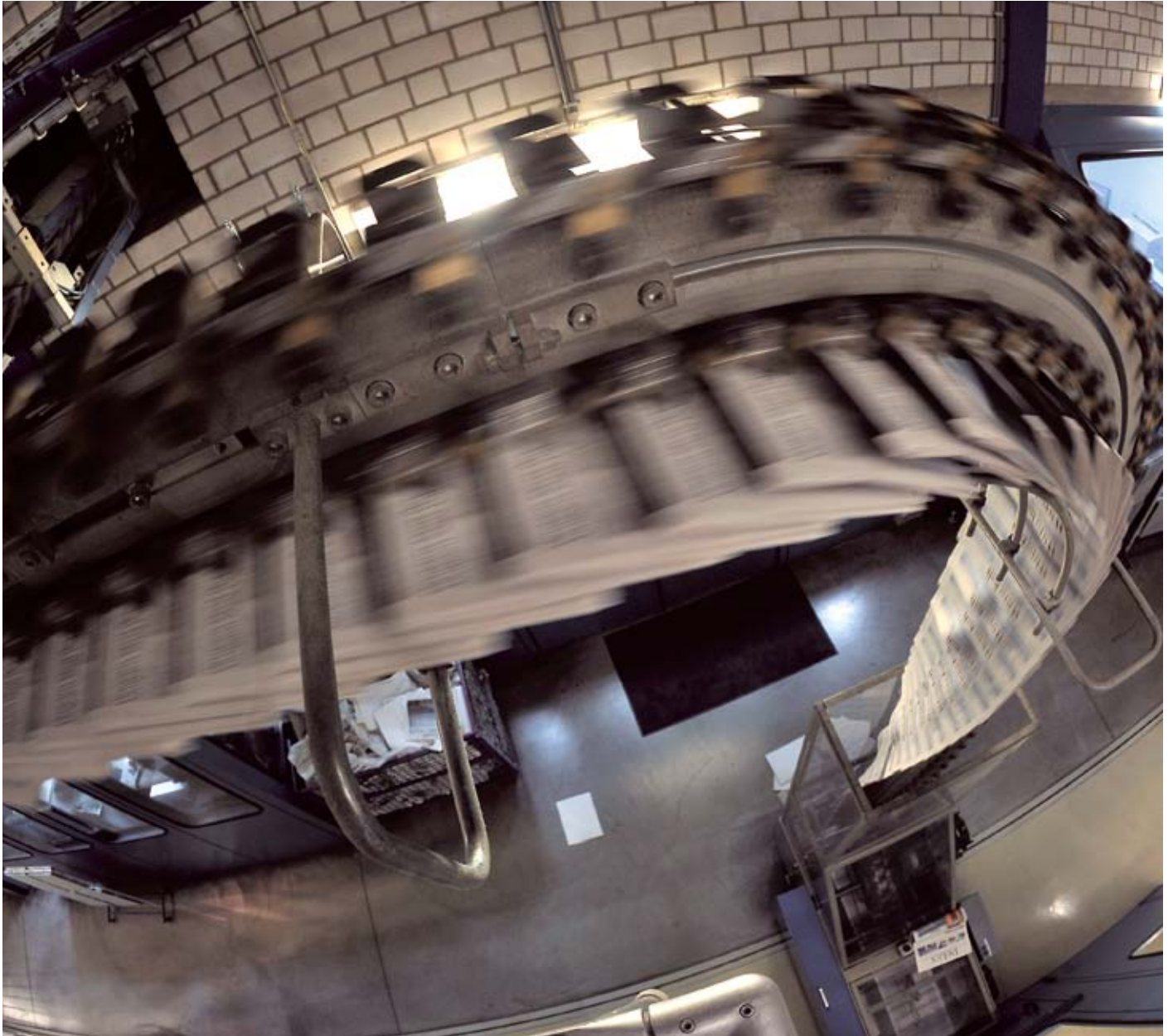
HAUPTSTADT:
LUXEMBURG

NACHBARLÄNDER:
DEUTSCHLAND
BELGIEN
FRANKREICH

FLÄCHE:
2 586 KM²

BEVÖLKERUNG:
524 900 EINWOHNER,
DAVON 229 900 AUSLÄNDER

STAATSFORM:
KONSTITUTIONELLE
MONARCHIE



© SIP/Nicolas Bouvy

Die Medien

Die Luxemburger sind wahre Leseratten. Mehr als zwei Drittel lesen eine oder mehrere Zeitungen, wobei 57% jeden Tag Zeitung lesen. Für Illustrierte gelten ähnliche Zahlen. Sie werden von mehr als 71% gelesen und 52% widmen sich wöchentlich der Lektüre von Illustrierten. Dass das Angebot groß ist, lässt sich nicht bestreiten. So werden über das größte Pressevertriebsunternehmen Valora Luxembourg SARL 6000 Zeitungen, Illustrierte und Presseprodukte aller Arten aus 23 Ländern vertrieben. Mehr als 120 Tageszeitungen werden im Großherzogtum gelesen. Wo die traditionelle Presse Leser verliert, tritt das Internet an deren Stelle: Die digitale Presse zieht 30% der Menschen zwischen 25 und 34 Jahren an.

Die audiovisuellen Medien sind nicht weniger beliebt. Im Durchschnitt verbringen die Menschen täglich mehr als zweieinhalb Stunden vor dem Fernseher. Der Hörfunk spricht neun von zehn Luxemburgern an, wobei drei Viertel täglich Radio hören.

Vielseitig ist ebenfalls das Fernsehangebot. Seit Ende der 1960er Jahre gehört Luxemburg zu den europäischen Ländern mit der höchsten Kabelquote: Ein durchschnittlicher Haushalt kann 40, ja durch das Digitalfernsehen sogar mehr als 80 Fernsehprogramme empfangen. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, das Angebot durch verschiedene Pay-TV-Programmpakete zu erweitern.

Trotzdem sind sowohl bei den Printmedien als auch bei Hörfunk und Fernsehen die einheimischen Medien am erfolgreichsten.

Die Tagespresse

Luxemburg zählt nicht weniger als fünf nationale Tageszeitungen. Es handelt sich dabei um kostenpflichtige Zeitungen, die morgens erscheinen und vor allem per Abonnement vertrieben werden. Darüber hinaus gibt es seit einigen Jahren eine Gratistageszeitung.

Der Unterschied zwischen den verschiedenen kostenpflichtigen Zeitungen – und das ist das Besondere – liegt weniger in ihrer fachspezifischen als in ihrer politischen bzw. ideologischen Ausrichtung. So gibt es zum Beispiel weder eine Zeitung für Wirtschaft und Finanzen noch ist die Boulevard- bzw. Sensationspresse mit einer Tageszeitung vertreten. Eine der kostenpflichtigen Tageszeitungen unterscheidet sich dagegen in sprachlicher Hinsicht, da sie ausschließlich in französischer Sprache erscheint.

Was die Gestaltung anbelangt, so orientieren sich die verschiedenen Titel eher an den großen maßgeblichen Tageszeitungen der Nachbarländer. So waren das Titelblatt wie auch die darauffolgenden Seiten bis vor kurzem ausschließlich internationalen Nachrichten vorbehalten. Trotz dieser Anlehnung an Zeitungen wie die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ oder „Le Monde“ können die luxemburgischen Zeitungen jedoch alle als „Omnibus“-Tageszeitungen bezeichnet werden, da sie sich an alle Gesellschaftskategorien wenden und ein breites Informationsspektrum anbieten: von internationalen Nachrichten und nationaler Politik über



© SIP/Charles Caratini

Wirtschaft und Sport bis hin zu vermischten Nachrichten, Lokalberichterstattung sowie Todes-, Heirats- und Geburtsanzeigen.

Der Wettbewerb auf dem Markt erweist sich als weniger hart, als man angesichts der zahlreichen Titel vermuten könnte. Die katholische Tageszeitung „Luxemburger Wort“, 1848 gegründet und damit eine der ältesten Zeitungen Europas, beherrschte 2011 den Markt mit einer Tagesauflage von rund 69000 Exemplaren und einer Reichweite von 43,2%. Die Zeitung verfügt über die größte Redaktion Luxemburgs und zeichnet sich durch ihre sehr weitgehende Vollständigkeit und ihren außerordentlich sachlichen Stil aus.

Das 1913 gegründete und sozialistisch ausgerichtete „Tageblatt“ hat eine Auflage von rund 18000 Exemplaren und eine Reichweite von 13,3%, vorwiegend im Süden des Landes. Die Titel sind direkter formuliert und die Kommentare zahlreicher.

Die 1948 gegründete liberale Tageszeitung „Lëtzeburger Journal“ hat eine Reichweite von 2,4%.

Die kleinste Luxemburger Tageszeitung, die kommunistische „Zeitung vom Lëtzeburger Vollek“, erscheint seit 1946 und erreicht heute 0,7% der Bevölkerung.

Während die drei erstgenannten Zeitungen täglich außer sonntags erscheinen, entfällt bei letzterer die Sonntags- und Montagsausgabe. Auch wenn die vier traditionellen Tageszeitungen des Großherzogtums mehrsprachig sind, so haben sie doch eines gemeinsam, nämlich dass die Mehrzahl der Artikel in Deutsch verfasst ist.

Französischsprachige Tageszeitungen und Gratispresse

Zu Beginn des dritten Jahrtausends, zu einer Zeit, als man der Ansicht war, die Printmedien verlören zugunsten des Internets zunehmend an Bedeutung, wurden so viele neue Tageszeitungen gegründet wie noch nie. Im Herbst 2001 erschienen so im Abstand von nur drei Wochen erstmals zwei französischsprachige Tageszeitungen, die als direkte Konkurrenzprodukte auf den Markt gebracht wurden. 2012 erscheint nur noch eine davon. Im Jahr 2007 erschienen dann die ersten Gratistageszeitungen, zunächst zwei, dann drei Zeitungen, die jeden Morgen kostenlos verteilt werden.

Die kostenpflichtige französischsprachige Zeitung „Le Quotidien“ tritt 2001 nach 40 Jahren die Nachfolge der Luxemburger Ausgabe der französischen Regionaltageszeitung „Le Républicain lorrain“ an, von der die neue Zeitung die ausführlicher behandelten vermischten Nachrichten übernommen hat. Die ebenfalls auf den „Répu“ zurückgehende Sonntagsausgabe, die einzige Sonntagszeitung Luxemburgs, wurde 2002 eingestellt. Mit einer Auflage von 7000 Exemplaren wurde „Le Quotidien“ 2011 von 6,2% der Bevölkerung gelesen. Das unmittelbare Konkurrenzprodukt „La Voix du Luxembourg“ wurde im Herbst 2011, zehn Jahre nach seinem ersten Erscheinen, eingestellt.

Die luxemburgischen Verleger hatten lange Zeit Mühe, den Markt der in Luxemburg lebenden Ausländer und mehr noch jenen der mehr als 155000 Grenzgänger zu durchdringen. Auch die neuen kostenpflichtigen französischsprachigen Tageszeitungen haben hieran kaum etwas geändert. Es zeigte sich in der Tat, dass ihr Leserprofil sich nur unwesentlich von dem der weitgehend deutschsprachigen Tageszeitungen unterschied. Weite Teile des Marktes blieben den traditionellen Presseprodukten somit verschlossen.



© SIP/Nicolas Bouvy



© SIP/Nicolas Bouvy

Die Wende brachten schließlich die Gratistageszeitungen. Im Oktober 2007 erschien die erste Ausgabe der französischsprachigen Zeitung „L'Essentiel“, die von einem Joint Venture des luxemburgischen Verlegers Editpress und Tamedia, seit 1999 Verleger der schweizerischen Gratiszeitung „20 Minuten“, herausgegeben wird. Ende November 2007 wurde mit „Point 24“ eine zweite Gratiszeitung auf den Markt gebracht. Die französischsprachige Ausgabe wurde 2009 durch eine deutschsprachige und 2011 durch eine portugiesischsprachige Ausgabe ergänzt. Die drei Ausgaben von „Point 24“ wurden Ende 2012 eingestellt.

2011 erschien „L'Essentiel“ mit einer täglichen Auflage von 100 000 Exemplaren und erreichte 30% der ansässigen Bevölkerung; hinzu kommen die Grenzgänger, welche die Gratiszeitung lesen. Letztere, die sich in größerem Maße als die traditionellen Zeitungen der Mittel der Boulevardpresse bedient, ist also unbestreitbar ein Erfolg.

Wochenpresse und Periodika

Die Wochenpresse umfasst einerseits allgemein informierende Wochenzeitungen und andererseits Familienillustrierte, welche auf die spezifischen Erwartungen der luxemburgischen Leser eingehen, indem sie eine Programmbeilage unter gleicher Berücksichtigung der deutsch- und französischsprachigen Fernsehprogramme bieten.

Die älteste allgemein informierende Wochenzeitung heißt „D'Lëtzebuerger Land“ (Reichweite 3,4%). Sie wurde 1954 von Akteuren aus der Wirtschaft gegründet und bietet Analysen und Kommentare. In einer außerordentlich parteigeprägten Presselandschaft liegt ihr Hauptkapital in ihrer politischen Unabhängigkeit.

Die Wochenzeitung „Woxx“ (Reichweite 1,1%), die sich vor allem mit Themen aus Politik und Gesellschaft befasst und ein ganzes Heft der Kulturagenda widmet, entstand 1988 auf Anregung von Umweltschützern und alternativen Gruppen unter dem Titel „Grénge Spoun“.

Die satirische Zeitung „De Feierkrop“ besteht in ihrer jetzigen Form seit 1993, nachdem sie seit 1984 als Wochenbeilage der „Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek“ erschienen war. Mit ihrem respektlosen Ton kommt sie auf eine Reichweite von 8,5%.

„Le Jeudi“ erscheint seit 1997 als erste rein französischsprachige Wochenzeitung und wendet sich vor allem an eine an den luxemburgischen Tageszeitungen nur wenig interessierte Leserschaft. Die Wochenzeitung erreicht 7% der Bevölkerung.

„Contacto“, die erste Zeitung für die große portugiesische Gemeinschaft, erscheint seit 1970. Ursprünglich als Monatszeitung herausgebracht, erscheint „Contacto“ derzeit wöchentlich mit einer Reichweite von 11,9%. Das zweimal monatlich erscheinende Konkurrenzprodukt „Correio“ besteht seit 1999 und erreicht 2,5% der Bevölkerung. Zusätzlich zu beiden Blättern erscheint seit Februar 2011 zweimal wöchentlich eine portugiesischsprachige Ausgabe der Gratiszeitung „Point 24“.

In Luxemburg gab es lange Zeit eine englischsprachige Wochenzeitung für die in Luxemburg lebenden englischsprachigen Leser. Der 1981 gegründete „Luxembourg News Digest“ wurde 2003 durch eine Illustrierte mit dem Titel „352“, der Telefonvorwahl für Luxemburg, ersetzt, die im Juni 2011 eingestellt wurde. Stattdessen erscheint seitdem einmal monatlich das englischsprachige Magazin „Delano“.

MEHRSPRACHIGKEIT IN DEN MEDIEN

Die Sprachsituation in Luxemburg zeichnet sich durch die gesetzliche Anerkennung und die Verwendung von drei Sprachen – Luxemburgisch, Französisch und Deutsch – sowie eine Vielzahl anderer Sprachen aus, die von einer multikulturellen Bevölkerung gesprochen werden. Im Gegensatz zu Ländern wie Belgien oder der Schweiz ist Luxemburg jedoch kein Land, in dem die Verwendung dieser drei Sprachen von Region zu Region verschieden ist. In der Tat spricht der Großteil der Bevölkerung mehrere Sprachen.

Diese Besonderheit spiegelt sich ebenfalls in der luxemburgischen Presse wider. Mit Ausnahme der rein französischsprachigen Presseorgane ist es in den Printmedien üblich, nebeneinander auf derselben Seite Beiträge in deutscher und französischer Sprache abzdrukken. Die Artikel werden nicht übersetzt, da davon ausgegangen wird, dass der Leser beide Sprachen versteht. Dennoch bleibt Deutsch die in den Printmedien am meisten verwendete Sprache, während in Luxemburgisch verfasste Artikel die Ausnahme sind.

Die Mehrsprachigkeit hat zwangsläufig auch einen Einfluss auf das Verbraucherverhalten bei den audiovisuellen Medien, und insbesondere beim Fernsehen. Durch das Kabelfernsehen empfangen die Luxemburger schon seit den 1970er Jahren die Programme der drei Nachbarländer und haben somit die Wahl zwischen mehr als zehn öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern. Zurzeit umfasst das Angebot mehr als 80 Sender. So sehen 16% der Bevölkerung täglich den französischen Sender TF1. Alles in allem sind jedoch die deutschen Sender mit ARD (15%), RTL Television (14,8%) und Pro 7 (13,2%) nach wie vor am beliebtesten. Die belgischen Sender RTL-TVI und La Une (RTBF) erreichen mit 3,1% bzw. 2,6% weniger Zuschauer.



© SIP/Charles Caratini

Die 1945 gegründete Familienillustrierte „Revue“ wurde im Laufe der Zeit durch die Programmbeilage „Télérevue“ ergänzt. Mit dem „Télécran“ entstand 1978 ein Konkurrenzprodukt zur „Revue“, wobei der „Télécran“ sich jedoch von Beginn an stärker als Programmzeitschrift – wenn auch ergänzt durch Beiträge zu aktuellen Themen – positionierte. Die beiden Illustrierten sind die zwei meistverkauften wöchentlich erscheinenden Presseprodukte in Luxemburg. Der „Télécran“ erreicht mit seinen 33000 verkauften Exemplaren 28,5% der Bevölkerung, während die „Revue“ mit knapp 19000 Exemplaren von 20,6% gelesen wird.

Ergänzt wird das reiche Angebot an inländischen Presseprodukten durch eine breite Auswahl an monatlich oder in anderen Zeitabständen erscheinenden Fachperiodika zu den verschiedensten Themen. Neben kommerziellen Titeln findet man ebenfalls Periodika von Organisationen und Vereinigungen mit zum Teil sehr hohen Auflagen. Unter den monatlich erscheinenden Periodika zu politischen und kulturellen Themen ist die Zeitschrift „Forum“ hervorzuheben, die 1976 von Vertretern progressiver christlicher Strömungen ins Leben gerufen wurde und sich heute als „Autorenzeitschrift“ versteht. Die Monatszeitschrift für Wirtschaft und Finanzen „Paperjam“ wird seit 2000 vom Verlag Maison moderne herausgegeben. Die hauptsächlich über Direct Mailing verschickte Zeitschrift hat eine Reichweite von 8,9% der Bevölkerung.

Die audiovisuellen Medien

Wie in anderen europäischen Ländern war auch die audiovisuelle Landschaft Luxemburgs lange Zeit durch eine Monopolsituation gekennzeichnet. Im Unterschied zu den Monopolen in den Nachbarländern handelte es sich in Luxemburg jedoch nicht um ein staatliches, sondern um

ein privates Monopol. Diese Situation geht auf das Ende der 1920er Jahre zurück und dauerte, zumindest in juristischer Hinsicht, bis zur gesetzlichen Liberalisierung der Funkfrequenzen im Jahr 1991 an.

Der Hörfunk

In Luxemburg wurden die ersten Rundfunksendungen 1924 produziert. 1930 wurden französische Investoren auf die Attraktivität Luxemburgs aufmerksam und planten die Einrichtung eines Senders zur Ausstrahlung kommerzieller Rundfunksendungen nach Frankreich. 1931 entstand so die Compagnie luxembourgeoise de radiodiffusion, heute RTL Group. Ab 1933 strahlte sie über Langwelle Sendungen in französischer, deutscher und englischer Sprache aus.

Die ersten Sendungen in luxemburgischer Sprache wurden 1951 produziert und mit anderen Programmen über Mittelwelle ausgestrahlt. Durch den Ausbau der bestehenden Sendungen und die Zuteilung der neuen FM-Frequenz 92,5 MHz konnte RTL Radio Lëtzebuerg am 19. September 1959 als vollwertige Rundfunkstation auf Sendung gehen. Das allgemein ausgerichtete RTL-Programm in luxemburgischer Sprache, das inzwischen rund um die Uhr sendet, ist mit einer durchschnittlichen täglichen Reichweite von mehr als 43% immer noch der erfolgreichste Hörfunksender im Großherzogtum.

Das durch eine Exklusivkonzessionsregelung gesicherte RTL-Monopol auf dem luxemburgischen Markt bestand bis 1991, als der Gesetzgeber die Frequenzen für Wettbewerber freigab. Eigentlich handelte es sich dabei um eine Reaktion auf eine bereits bestehende Situation, da seit den 1980er Jahren nach und nach eine große Anzahl von Piratensendern entstanden, von denen einige kommerziell durchaus erfolgreich waren. Durch die neue Gesetzgebung wurden die Karten jedoch neu gemischt.



© RTL

Es sollte bis 1993 dauern, bis in Luxemburg ein öffentlich-rechtlicher Radiosender, das soziokulturelle Radio 100,7, ins Leben gerufen wurde. Mit seiner vielseitigen Programmgestaltung, die Merkmale eines angebotsorientierten Programms aufweist, erreicht der Sender 4,8% der Bevölkerung.

Eldorado, DNR, Radio Ara und Radio Latina sind offiziell regionale Radiosender, auch wenn ihre Ambitionen ganz offensichtlich auf nationaler Ebene liegen. Um das gesamte Land abzudecken, benötigen sie mehrere FM-Frequenzen. Vor allem der Musiksender Eldorado (Einschaltquote von 19,8%), aber auch DNR (Einschaltquote von 9,6%) wenden sich an eine jüngere Zuhörerschaft als RTL. Radio Ara definiert sich als „freies und alternatives Radio“ und strahlt Sendungen in vielen verschiedenen Sprachen aus. Im Gegensatz zu den anderen hat der Sender keine wirklich kommerziellen Ambitionen. Seine Sendungen, oft in Zusammenarbeit mit Vereinigungen gestaltet, erreichen 1,8% der Bevölkerung. Radio Latina wendet sich mit seinem größtenteils portugiesischsprachigen Programm vor allem an die in Luxemburg lebenden Bevölkerungsgruppen romanischer Herkunft und erreicht 4,4% der Bevölkerung.

Das Gesetz von 1991 ermöglichte ebenfalls die Entstehung nichtkommerzieller Lokalradiosender.

Das Fernsehen

Wie der Hörfunk blieb auch das Fernsehen lange Zeit allein RTL vorbehalten, dessen erste Sendungen 1955 produziert wurden. Zwanzig Jahre lang beschränkte sich das Fernsehen in luxemburgischer Sprache auf eine sonntags nachmittags ausgestrahlte ein- oder zweistündige Sendung. 1991 wurde die 1969 entstandene Informationssendung „Hei Elei, Kuck Elei“ durch eine einstündige, täglich ausgestrahlte Sendung ersetzt. Diese Entwicklung war die Folge einer Regierungsentscheidung, die sich konkret durch staatliche Beihilfen an die Produzenten der Sendung äußerte.

Inzwischen produziert RTL Télé Lëtzebuerg täglich ein zweistündiges als Wiederholung ausgestrahltes Abendprogramm, das tagsüber durch Teleshopping- oder Kindersendungen anderer Tochtergesellschaften von RTL Group ergänzt wird. Hauptsendung ist die dreißigminütige Nachrichtensendung. Ihre Besonderheit besteht darin, dass bei den Wiederholungen deutsche oder französische Untertitel eingeblendet werden. Das Informationsprogramm in französischer Sprache wird durch das Nachrichtenformat „5 minutes“, eine Kurzfassung der Hauptnachrichtensendung, ergänzt. Daneben umfasst das Programm Magazine mit Reportagen und Unterhaltungsbeiträgen sowie Diskussionsrunden. Spielfilme werden nur ausnahmsweise gesendet, während regelmäßig nationale und internationale Sportwettkämpfe live übertragen werden. Das Programm erreicht täglich rund 28,6% der Bevölkerung. Ein zweiter Kanal, Den 2ten RTL, wird von 2,9% der Bevölkerung gesehen und beschränkt sich weitgehend darauf, die gleichen Sendungen zeitversetzt auszustrahlen.

Seit den 1990er Jahren entstanden mehrere andere Fernsehprojekte in Luxemburg. Nordlicht TV beweist, dass es auch in einem kleinen Land möglich ist, auf eine regionale Zielgruppe zu setzen. So wird seit 1996 jede Woche eine einstündige Sendung über den Norden Luxemburgs produziert, die 5,2% der Bevölkerung erreicht.

Uelzechtkanal ist ein Programm der Schüler des Lycée de garçons in Esch an der Alzette. Die einstündige monatliche Sendung wird seit 1996 über die Kabelnetze ausgestrahlt und erreicht eine wöchentliche Einschaltquote von 3,2% der Bevölkerung.

Dok, den offene Kanal erreicht 0,5% der Bevölkerung; bei diesem Sender handelt es sich um ein 2004 entstandenes Projekt einer Ausstrahlungsplattform für Fernsehprogramme. Ziel ist es, sowohl selbständigen Produzenten als auch Verbänden oder Vereinen die Möglichkeit zu bieten, gegen ein erschwingliches Entgelt Sendungen auszustrahlen.



© RTL

Ebenfalls hervorzuheben ist, dass die Parlamentsdebatten der luxemburgischen Abgeordnetenversammlung seit Ende 2001 live (und als Wiederholung) über einen eigens zu diesem Zweck ins Leben gerufenen Kanal ausgestrahlt werden. Ergänzt werden diese in Zeichensprache übersetzten Übertragungen durch eine Wochensendung mit den wichtigsten Parlamentsnachrichten der Woche. Chamber TV hat eine Reichweite von 3,7%.

Die wichtigsten Mediengruppen

Angesichts des vielfältigen Medienangebots in Luxemburg könnte leicht übersehen werden, dass die wirtschaftliche Realität eine ganz andere ist: Während der Markt bei den Printmedien von einem Duopol beherrscht ist, wird der audiovisuelle Bereich von einem Anbieter, nämlich RTL Group, dominiert.

Saint-Paul Luxembourg, mit Sitz in der Hauptstadt Luxemburg, gibt die größte Tageszeitung, das „Luxemburger Wort“, heraus – bis vor einiger Zeit auch „La Voix“ und „Point 24“ – sowie mehrere erfolgreiche Wochenzeitschriften bzw. -zeitungen („Télécran“ und „Contacto“). Gleichzeitig ist die Gruppe Hauptbetreiber der Radiosender DNR und Radio Latina.

Editpress Luxembourg, mit Sitz in Esch an der Alzette, ist gewissermaßen das Pendant zu Saint-Paul Luxembourg. Die Gruppe gibt zwei Tageszeitungen, „Tageblatt“ und „Le Quotidien“ (in Joint Venture mit „Le Républicain lorrain“), heraus, daneben die Gratiszeitung „L'Essentiel“ (in Joint Venture mit Tamedia), die Wochenzeitung „Le Jeudi“, die Illustrierte „Revue“ (Beteiligung von 80%), den zweimal monatlich erscheinenden „Correio“ in portugiesischer Sprache und die kostenlose Wochenzeitung „Lux-Post“ (Reichweite 22%, herausgegeben in Joint Venture mit der belgischen Rossel-Gruppe). Außerdem ist die Gruppe an

Eldorado beteiligt. Im Herbst 2011 erwarb der Herausgeberverlag des „Lëtzebuurger Journal“ 8% des Editpress-Kapitals, wodurch nun auch die kommerziellen Aktivitäten der liberalen Tageszeitung, wie etwa die Anzeigenverwaltung, innerhalb der Gruppe vertreten sind.

Der Wettstreit zwischen beiden Gruppen ist mindestens ebenso ausgeprägt auf ideologischer wie auf kommerzieller Ebene. So ist der Hauptaktionär von Saint-Paul Luxembourg das Erzbistum Luxemburg, und dies in einem Land, dessen größte Partei (CSV) und zweitgrößte Gewerkschaft (LCGB) sich als christlich definieren. Das Kapital von Editpress Luxembourg befindet sich mehrheitlich im Besitz des größten luxemburgischen Gewerkschaftsbundes (OGBL), einer Gewerkschaft, die allgemein als sozialistisch ausgerichtet gilt und der zweitgrößten Partei des Landes (LSAP) nahesteht.

Auf kommerzieller Ebene hat Saint-Paul Luxembourg mit der größten kostenpflichtigen Tageszeitung und der meistgelesenen kostenpflichtigen Wochenzeitschrift des Landes immer noch den größeren Einfluss. Editpress profitiert allerdings seit einigen Jahren vom unbestreitbaren Erfolg von „L'Essentiel“, der größten Gratistageszeitung in Luxemburg.

Als dritter großer Akteur mit einem Jahresumsatz von mehr als 5 Milliarden Euro spielt RTL Group eindeutig in der ersten Liga. Die mit französischem Kapital gegründete und lange Zeit von belgischen und kanadischen Investoren kontrollierte RTL Group befindet sich heute zu mehr als 90% im Besitz des deutschen Medienriesen Bertelsmann. RTL betreibt den größten Radio- und Fernsehsender Luxemburgs. Gemäß dem in einem Konzessionsvertrag zwischen RTL und dem Luxemburger Staat festgelegten ausführlichen Lastenheft haben beide Sender ebenfalls einen öffentlichen Auftrag zu erfüllen. Daneben ist die Gruppe indirekt an Eldorado beteiligt.

ONLINE-MEDIEN

Das Internet hat zu einer Umwälzung der Informationsgewohnheiten geführt. Vor allem durch ein kostenlos zugängliches breites Informationsangebot wurde das Geschäftsmodell vieler traditioneller Medien in Frage gestellt, während sich gleichzeitig für andere neue Möglichkeiten eröffneten. Diese Entwicklung macht auch vor Luxemburg nicht halt.

Ab Ende der 1990er Jahre haben die meisten luxemburgischen Medien eine eigene Website eingerichtet. Manche informieren lediglich über den Inhalt ihrer letzten Ausgabe. Andere, wie beispielsweise RTL (www.rtl.lu) oder „L'Essentiel“ (www.lessentiel.lu), stellen nahezu ihre gesamten traditionellen Inhalte auch über das Internet bereit. Wiederum andere, wie z.B. das monatlich erscheinende Wirtschaftsmagazin „Paperjam“ (www.paperjam.lu) nutzen ihre Websites und E-Mail-Verteilerlisten, um Medien, die ihre Inhalte täglich verbreiten, Konkurrenz zu machen. Durch das Internet sind fast alle Medien, die sich früher auf spezifische Märkte konzentrierten, zu Konkurrenten geworden. Im Netz stehen sich insbesondere Presseprodukte und audiovisuelle Medien als direkte Konkurrenten gegenüber.

Die wichtigsten Websites, die ein ständig aktualisiertes Informationsangebot anstreben, sind www.rtl.lu, www.wort.lu und www.lessentiel.lu. Auf www.rtl.lu findet man so eine Mitschrift in luxemburgischer Sprache sämtlicher in den Nachrichtensendungen von RTL Radio Lëtzebuerg und RTL Télé Lëtzebuerg ausgestrahlten In- und Auslandsnachrichten. Die französische Kurzfassung ist über die Website von RTL abrufbar. Ergänzt wird das Angebot durch die Live- oder zeitversetzte Bereitstellung

der Sendungen. Ein Streaming-Service wird übrigens von sämtlichen Radiosendern angeboten.

Die Website www.wort.lu ist in drei Fassungen verfügbar: auf Deutsch, Französisch und Englisch. Die Inhalte stammen von einer eigenen Redaktion sowie aus der Printfassung des „Luxemburger Worts“. Hinzu kommen aktuelle Videos, die eigens für die Website produziert werden.

Die Website www.lessentiel.lu stellt sämtliche Inhalte der Printfassung der Tageszeitung „L'Essentiel“ bereit, und dies sobald die jeweiligen Artikel geschrieben sind. Da es sich um eine Gratiszeitung handelt, kann die Website davon profitieren, dass keine Gefahr besteht, einer eigenen kostenpflichtigen Fassung Konkurrenz zu machen.

Andere Websites bieten Zugang zu umfangreichen Archiven. Dies gilt insbesondere für die Wochenzeitung „D'Lëtzebuerg Land“ (www.land.lu, themenbezogene Dossiers), die Monatszeitschrift für Wirtschaft „Paperjam“ (www.paperjam.lu, vollständiges Archiv) sowie die Monatszeitschrift für politische Information „Forum“ (www.forum.lu, vollständiges Archiv).

Die wichtigsten luxemburgischen Zeitungen erscheinen auch als „elektronische Zeitungen“. „Luxemburger Wort“, „Tageblatt“, „Le Quotidien“ und „Le Jeudi“ können über die entsprechenden Websites kostenpflichtig heruntergeladen werden. Die elektronische Fassung von „L'Essentiel“ ist logischerweise gratis. Daneben gibt es spezifische Anwendungen für mobile Kommunikationsgeräte wie beispielsweise Mobiltelefone oder Tablets.

Der rechtliche und ordnungspolitische Rahmen

Das Jahr 1848 wird für immer ein Meilenstein in der luxemburgischen Mediengeschichte bleiben: Neun Jahre nach der Unabhängigkeit Luxemburgs wird die Zensur abgeschafft und mit der neuen, vom liberalen belgischen Modell inspirierten Verfassung die Pressefreiheit eingeführt. Noch im selben Jahr werden vier Zeitungen gegründet, von denen das „Luxemburger Wort“ als einzige heute noch erscheint.

Trotz einiger Änderungen blieb der Grundtext von Artikel 24 der luxemburgischen Verfassung bis heute unverändert: „Die Freiheit seine Meinung in allen Dingen durchs Wort kund zu geben, sowie die Freiheit der Presse sind gewährleistet, vorbehaltlich der Strafmaßregeln gegen die Vergehen, welche bei Gelegenheit der Ausübung dieser Freiheiten begangen werden. – Die Zensur bleibt für immer aufgehoben.“ (offizielle Übersetzung)

Die Meinungs- und Pressefreiheit

Das grundlegende Prinzip der Pressefreiheit wird ab 1869 genauer geregelt im Rahmen des Gesetzes über die Presse und die durch die verschiedenen Publikationsmittel begangenen Vergehen. Obwohl sie als besonders einschränkend und repressiv angesehen wurde, blieb die Gesetzgebung unverändert bis 2004 in Kraft. In der Praxis war deren Anwendung jedoch mit der Zeit nahezu unmöglich geworden, so dass die Presseprozesse zunehmend vor den Zivil- statt vor den Strafgerichtsbarkeiten stattfanden. Bei der Rechtsprechung erwies es sich als schwierig, die sehr allgemein gehaltenen Artikel über die Haftpflicht auf den spezifischen Fall der Presse anzuwenden und dabei insbesondere die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte zu berücksichtigen, wie mehrere Verurteilungen Luxemburgs durch Straßburg belegen.

Durch das geänderte Gesetz vom 8. Juni 2004 über die Meinungsfreiheit in den Medien wurde schließlich ein moderner und angemessener gesetzlicher Rahmen für die luxemburgischen Medien, die Presse

und den audiovisuellen Bereich geschaffen. Bei den Neuerungen ist besonders der Schutz journalistischer Quellen hervorzuheben. Außerdem regelt das Gesetz den Schutz der Privatsphäre, das Verhältnis zwischen Journalisten und Herausgebern sowie die Verantwortung der Journalisten und das Recht auf Gegendarstellung.

Die Selbstregulierung der Medien

Neben der Gesetzgebung über die Meinungsfreiheit hat Luxemburg ebenfalls ein System zur Selbstregulierung der Medien eingeführt. Wie in vielen anderen europäischen Ländern wurde auch im Großherzogtum ein Conseil de presse (Presserat) geschaffen, in dem Journalisten und Herausgeber vertreten sind. Daneben haben sich beide in jeweils eigenen Verbänden zusammengeschlossen.

Conseil de presse

Die Gründung des Conseil de presse (Presserat) im Jahr 1979 hing unmittelbar mit der Anerkennung und dem Schutz der Berufsbezeichnung des Journalisten zusammen. Als paritätisch aus Journalisten und Herausgebern zusammengesetztes Organ hat der Conseil de presse als Hauptaufgabe die Ausstellung und den Entzug von Presseausweisen. Die Ernennung der Mitglieder erfolgt durch großherzoglichen Beschluss auf Vorschlag der jeweiligen Berufsverbände.

2004 wurden die Aufgaben des Conseil de presse auf die Selbstregulierung des Mediensektors ausgedehnt. In diesem Zusammenhang wurde vom Conseil de presse ein Verhaltenskodex ausgearbeitet, der die Rechte und Pflichten von Journalisten wie Herausgebern festlegt. Außerdem wurde eine Commission des plaintes (Beschwerdekommision) eingerichtet, die unter dem Vorsitz eines dem Conseil de presse nicht angehörenden Juristen steht. Aufgabe dieser Einrichtung ist es, Beschwerden seitens Privatpersonen über in der Presse oder in den audiovisuellen Medien verbreitete Informationen entgegenzunehmen und zu bearbeiten.



© Bizart

Künftig kann der Conseil de presse auch von der Regierung mit der Untersuchung von Fragen hinsichtlich der Meinungsfreiheit in den Medien befasst werden. Außerdem kann er Empfehlungen und Richtlinien für die Arbeit von Journalisten und Herausgebern ausgeben. Seine Aufgaben im Bereich der Weiterbildung von Journalisten wurden ebenfalls ausgeweitet.

Die Journalisten- und Herausgeberverbände

Die Association luxembourgeoise des journalistes (ALJ) (Luxemburger Journalistenverband) wurde 1925 gegründet. Bis zur Gründung des Conseil de presse kam ihr das Initiativrecht bei der Vergabe von Presseausweisen zu, die durch den Service information et presse (Presse- und Informationsamt) der Regierung ausgestellt wurden. Während der vergangenen Jahrzehnte fielen die Journalistenverbände vor allem durch einen Trend zur Spaltung auf. So wurde 1977 die Union des journalistes Luxembourg (Union der Journalisten Luxemburg) gegründet. Eine zweite Abspaltung von der ALJ im Jahre 2004 führte zur Gründung des Syndicat des journalistes – Luxembourg (Gewerkschaft der Journalisten – Luxembourg). Die drei Verbände bestehen zurzeit nebeneinander.

Der wichtigste Herausgeberverband ist die Association luxembourgeoise des éditeurs de journaux (Luxemburger Verband der Zeitungsherausgeber), der die vier wichtigsten Verlagshäuser Luxemburgs angehören.

Die Pressehilfe

Um auch auf einem kleinen Markt eine gewisse Pressevielfalt sicherzustellen, führte der Gesetzgeber 1976 eine Regelung zur finanziellen Unterstützung der Presse ein. 1998 wurde das System durch das Gesetz über die Förderung der Printmedien genauer geregelt.

Die Pressehilfe setzt sich aus zwei Teilen zusammen: einem für alle Zeitungen gleichen Grundbetrag und einem proportional zur Anzahl der veröffentlichten redaktionellen Seiten gewährten Zusatzbetrag. Die

Höhe der Pressehilfe ist keineswegs gering: Die wichtigsten Tageszeitungen, die gleichzeitig die umfangreichsten sind, erhalten jährlich mehr als eine Million Euro. Was jedoch den Anteil der Pressehilfe im Verhältnis zu den Einnahmen angeht, so ist dieser bei den kleineren Presseprodukten am größten. Das Gesamtbudget für die Pressehilfe liegt bei über 7 Millionen Euro.

Die Gewährung der Pressehilfe ist an vielfältige Kriterien gebunden. So kommen nur allgemein informierende Tages- und Wochenzeitungen bzw. -zeitschriften, die in Luxemburg verlegt werden, in Frage. Daneben müssen diese in der Lage sein, die gesamte Bevölkerung zu erreichen, und hauptsächlich in den Sprachen Luxemburgisch, Französisch oder Deutsch verfasst sein. Gratisprodukte sind von der Pressehilfe ausgeschlossen. Die in Frage kommenden Organe müssen über ein Redaktionsteam von mindestens fünf professionellen vollzeitbeschäftigten Journalisten verfügen.

Verwaltet wird die Vergabe der Pressehilfe durch eine aufgrund des Gesetzes über die Förderung der Printmedien eingesetzte Kommission. Zehn Titel kommen in den Genuss der Pressehilfe: die fünf kostenpflichtigen Tageszeitungen, drei Wochenzeitungen und zwei Wochenillustrierte. Außerdem gelten für die Presse Vorzugssätze bei Mehrwertsteuer und Postgebühren.

Mit „La Voix du Luxembourg“ wurde 2011 zum ersten Mal seit Einführung der Pressehilfe im Jahr 1976 eine Zeitung eingestellt, die in den Genuss der Pressehilfe gekommen war.

Die Gesetzgebung über die audiovisuellen Medien

Ein Gesetz über die elektronischen Medien besteht in Luxemburg erst seit 1991. Der Gesetzgeber reagierte damit auf die Entwicklung einer damals bestehenden Situation und insbesondere auf die Entstehung



© SIP/Nicolas Bouvy



© RTL

von Piratensendern im Hörfunkbereich, wobei gleichzeitig die erste, zwei Jahre zuvor angenommene europäische Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ umgesetzt wurde.

Am deutlichsten waren die Auswirkungen des neuen Gesetzes im Rundfunkbereich. So wurde im luxemburgischen Rundfunk nach mehr als 60 Jahren das De-facto-Monopol von RTL abgeschafft, wodurch gleichzeitig neue nationale, regionale und lokale Radiosender zugelassen wurden. Von dem neuen Text betroffen waren jedoch auch das Fernsehen sowie Übertragungsformen, die nicht mehr auf Hertzischen Wellen beruhten, d.h. vor allem Kabel und Satellit.

Mit der Öffnung des audiovisuellen Mediensektors wurden auch die diesbezüglichen Überwachungsbedingungen genauer definiert. In diesem Zusammenhang entstanden die Commission indépendante de la radiodiffusion (Unabhängige Rundfunkkommission), der Conseil national des programmes (Nationaler Programmrat) sowie die Commission consultative des médias (Medienbeirat).

Dieses System mag übertrieben erscheinen für ein kleines Land. Doch muss man sich in Erinnerung rufen, dass von Luxemburg aus schon seit langem Rundfunk- und seit einiger Zeit auch Fernsehprogramme für andere Märkte ausgestrahlt wurden. So gibt es im Großherzogtum neben den Programmen in luxemburgischer Sprache zahlreiche andere Sender mit einer Lizenz, die für andere europäische Länder bestimmt sind. Hinzu kommt, dass die SES, die, vor allem mit der Marke Astra, zu den weltweit größten Satellitenbetreibern gehört, ihren Sitz seit ihrer Gründung Anfang der 1980er Jahre in Luxemburg hat.

Commission indépendante de la radiodiffusion

Die Hauptaufgabe der unter dem Vorsitz eines hohen Justizbeamten stehenden Commission indépendante de la radiodiffusion (Unabhängige Rundfunkkommission) besteht in Zulassungserteilung und -entzug für regionale Radiosender sowie Lokalradios. Daneben berät sie die Regierung im Zusammenhang mit der Zulassung anderer Rundfunk- und sonstiger Programme und insbesondere bei der Zulassung von Fernsehsendern.

Conseil national des programmes

Ist ein Sender erst einmal zugelassen, werden dessen Inhalte vom Conseil national des programmes (Nationaler Programmrat) überwacht. Der Rat besteht aus maximal 25 Mitgliedern, unter denen sich Vertreter der Zivilgesellschaft sowie der politischen Parteien, Gewerkschaften und Konfessionen befinden.

Commission consultative des médias

Die Commission consultative des médias (Medienbeirat) setzt sich aus Vertretern der Hauptakteure des luxemburgischen Mediensektors zusammen. Sie wird im Zusammenhang mit medienpolitischen Fragen von dem für Medien zuständigen Minister konsultiert.

Service des médias et des communications

Durch das Gesetz von 1991 konnte der Gesetzgeber ebenfalls eine gesetzliche Grundlage für eine de facto bereits bestehende Situation schaffen, indem im Staatsministerium der Service des médias et des communications (Medien- und Kommunikationsdienst) eingerichtet wurde.

Unter der Aufsicht des Staatsministeriums, also des Regierungsvorsitzes, ist der Service des médias et des communications die Zentralstelle für medien- und telekommunikationspolitische Fragen.

In diesem Zusammenhang sind noch zwei weitere Einrichtungen zu nennen, deren Rolle in der luxemburgischen Medienlandschaft nicht zu unterschätzen ist: die Bibliothèque nationale (Nationalbibliothek) und das Centre national de l'audiovisuel (CNA) (Nationales Zentrum für Audiovisuelles). So stellt die Bibliothèque nationale über ein System zur Ablieferung von Pflichtexemplaren insbesondere die systematische Archivierung der in Luxemburg veröffentlichten Presseorgane sicher, während das CNA aufgrund einer Vereinbarung zwischen dem Ministerium für Kultur und RTL das gesamte Film-, Video- und Tonarchiv des luxemburgischen Fernsehsenders verwaltet.

Schlussfolgerung

Die luxemburgische Medienlandschaft zeichnet sich durch eine unbestreitbare Dynamik sowie durch zahlreiche Besonderheiten aus.

Eine entscheidende Rolle spielen zunächst die durch einen kleinen Markt bedingten wirtschaftlichen Zwänge. Einerseits sind die Redaktionen zahlreich, andererseits leiden sie jedoch oft unter ihrer geringen Größe. Die meisten Journalisten sind keine Fachjournalisten. Nur in seltenen Fällen haben sie die Gelegenheit, sich auf ein bestimmtes Gebiet zu spezialisieren. Da es keine einheimische Presseagentur gibt, verbringen die Redaktionen ihre Zeit vor allem damit, dieselben Ereignisse wie die Konkurrenz abzudecken.

Eine andere Besonderheit der luxemburgischen Presse liegt in ihrer Partegebundenheit. Die Hauptpresseorgane gelten alle als einer politischen Richtung nahestehend. Die „Zeitung vom Lëtzebuerger Vollek“ befindet sich sogar im Besitz der kommunistischen Partei KPL. Zwar macht sich die Partegebundenheit im Inhalt immer weniger bemerkbar, doch ist sie nach wie vor unbestreitbar. Diese Nähe zu einer Partei erweist sich allerdings häufig als unvereinbar mit eher kommerziellen Zielen. So hat die liberale Tageszeitung „Lëtzebuerger Journal“ bei ihrer 2012 eingeleiteten Neuausrichtung ausdrücklich erklärt, sich von ihrem Image als parteigebundene Zeitung lösen zu wollen. Hervorzuheben ist darüber hinaus, dass es in Luxemburg weder Mediengruppen gibt, deren Kapital sich im Besitz einer Familie befindet, noch Medien, die von Industriekapital beherrscht werden.

Die luxemburgische Presse bleibt nicht von dem allgemein zu beobachtenden Rückgang der Leserzahlen verschont. Aufgrund des hohen Abonnementanteils erfolgt dieser Rückgang jedoch eher graduell. Ungeachtet dessen gehen die Leserzahlen der meisten kostenpflichtigen Zeitungen und Illustrierten, bedingt durch veränderte Gewohnheiten sowie Internet und Gratiszeitungen, Jahr für Jahr zurück. Gegen die Konkurrenz aus den Nachbarländern behaupten sich die einheimischen Zeitungen grundsätzlich gut. Dies gilt allerdings nur für die allgemeine Informationspresse, während das luxemburgische Publikum bei der Fachpresse und vor allem bei Illustrierten im Allgemeinen auf ausländische Presseprodukte zurückgreift.

Betrachtet man die Lage auf dem luxemburgischen Medienmarkt, so wird einmal mehr deutlich, dass sich Leser, Hörer und Zuschauer in erster Linie für das interessieren, was in ihrer Nähe geschieht. Für die Presse im Großherzogtum ist dies trotz der Präsenz wirtschaftlich ungleich stärkerer Mediengruppen an unseren Grenzen eine Überlebensgarantie. Doch was für die luxemburgischen Medien auf der einen Seite Schutz bedeutet, setzt auf der anderen Seite ihrer Expansion Grenzen.

Wichtigste Presstitel

	GRÜNDUNGS- JAHR	VORWIEGEND VER- WENDETE SPRACHEN	WEBSITE
KOSTENPFLICHTIGE TAGESZEITUNGEN			
– Luxemburger Wort	1848	Deutsch, Französisch*	www.wort.lu
– Tageblatt	1913	Deutsch, Französisch*	www.tageblatt.lu
– Le Quotidien	2001	Französisch	www.lequotidien.lu
– Lëtzebuenger Journal	1948	Deutsch, Französisch*	www.journal.lu
– Zeitung vum Lëtzebuenger Vollek	1946	Deutsch*	www.zlv.lu
GRATISTAGESZEITUNG			
– L'Essentiel	2007	Französisch	www.lessentiel.lu
KOSTENPFLICHTIGE WOCHENZEITUNGEN UND -ZEITSCHRIFTEN			
– Télécran	1978	Deutsch	www.telecran.lu
– Revue	1945	Deutsch	www.revue.lu
– Contacto	1970	Portugiesisch	www.jornal-contacto.lu
– De Feierkrop	1993	Deutsch, Französisch*	www.feierkrop.lu
– Le Jeudi	1997	Französisch	www.lejeudi.lu
– D'Lëtzebuenger Land	1954	Deutsch, Französisch*	www.land.lu
– Woxx	1988	Deutsch, Französisch*	www.woxx.lu
GRATISWOCHENZEITUNG			
– Lux-Post	1968	Deutsch, Französisch	www.lux-post.lu
ZWEIMAL MONATLICH ERSCHEINENDE ZEITUNG			
– Correio	1999	Portugiesisch	www.correio.lu
MONATSZEITSCHRIFTEN			
– Paperjam	2000	Französisch*	www.paperjam.lu
– Delano	2011	Englisch	www.delano.lu
– Forum	1976	Deutsch, Französisch*	www.forum.lu

* Die meisten Artikel sind in der angegebenen Sprache verfasst, doch können in ein und derselben Ausgabe auch Artikel in einer anderen Sprache erscheinen.

Wichtigste Akteure im audiovisuellen Bereich

	GRÜNDUNGS- JAHR	VORWIEGEND VER- WENDETE SPRACHEN	WEBSITE
RADIO			
– RTL Radio Lëtzebuerg	1959	Luxemburgisch	www.rtl.lu
– Eldoradio	1992	Luxemburgisch	www.eldo.lu
– DNR	1992	Luxemburgisch	www.dnr.lu
– Radio 100,7	1993	Luxemburgisch	www.100komma7.lu
– Radio Latina	1992	Portugiesisch*	www.radiolatina.lu
– Radio Ara	1992	Englisch*	www.radioara.lu
FERNSEHEN			
– RTL Télé Lëtzebuerg	1955	Luxemburgisch	www.rtl.lu
– Den 2ten RTL	2004	Luxemburgisch	www.rtl.lu
– Nordlicht TV	1997	Luxemburgisch	www.nordlicht.lu
– Uelzechtkanal	1996	Luxemburgisch	www.uelzechtkanal.lu
– Dok	2004	Luxemburgisch	www.dok.lu
– Chamber TV	2001	Luxemburgisch	www.chd.lu

* Die meisten Sendungen werden in der angegebenen Sprache ausgestrahlt, doch sind auch Sendungen in anderen Sprachen möglich.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Centre d'information sur les médias, Authentification des tirages et diffusions de la presse, Zahlen 2011, Brüssel (www.cim.be).
- *Débat d'orientation sur le bilan de la loi du 27 juillet 1991 sur les médias électroniques*, Rapport de la commission des Media et des Communications, Chambre des députés (document parlementaire n° 4850), Luxemburg, Juni 2002.
- *D'Lëtzebuenger Land*, Dossier „Médias“ auf www.land.lu
- *Étude TNS ILRES Plurimedia Luxembourg 2010/2011*, Luxemburg, Juli 2011.
- HELLINGHAUSEN, Georges, *150 Jahre Luxemburger Wort, Selbstverständnis und Identität einer Zeitung, 1973-1998*, Éditions Saint-Paul, Luxemburg, 1998.
- HILGERT, Romain, *Zeitungen in Luxemburg 1704-2004*, Service information et presse, Luxemburg, 2004.
- „La presse quotidienne gratuite au Luxembourg. Vers un renouveau générationnel et populaire de la presse ?“, *Les Cahiers du CEPS/Instead*, Nr. 2012-01, CEPS/Instead, Luxemburg, März 2012.
- „Les pratiques culturelles et médiatiques au Luxembourg“, *Les Cahiers du CEPS/Instead*, Nr. 2011-16, CEPS/Instead, Luxemburg, Dezember 2011.
- SCHEFFEN, Jean-Louis, „Das Fernsehen von nebenan, Die Entstehung von Télé-Luxembourg“, in *Lëtzebuenger Almanach vum Joerhonnert 1900-1999*, Éditions Guy Binsfeld, Luxemburg, 1999.
- SIWECK, Jean-Lou, „RTL Télé Lëtzebuerg, Comme une grande“ in *Explorator, City Guide 2004 Luxembourg*, MKE, Luxemburg, 2004.
- STATEC, das Statistikportal des Großherzogtums Luxemburg: www.statistiques.public.lu

Herausgeber

Presse- und Informationsamt
der Luxemburger Regierung,
Verlagsabteilung

Übersetzer

Patrick Wilwert

Layout

lola

Druck

Imprimerie exe

ISBN 978-2-87999-228-0

Januar 2013



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Service information et presse

33, bd Roosevelt
L-2450 Luxembourg
Tel.: (+352) 247-82181
Fax: (+352) 47 02 85
edition@sip.etat.lu
www.gouvernement.lu
www.luxembourg.lu