

**Forschungsbericht und Entwurf eines  
Verhaltenskodex für Funkmedien des  
Großherzogtums Luxemburg**

**Dr. Christof Barth**  
**Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher**

Diese Studie entstand im Auftrag des Conseil National des Programmes des Großherzogtums Luxemburg.

Wir bedanken uns für die freundliche Unterstützung durch den Conseil National des Programmes sowie für die Mitarbeit der befragten Chefredakteurinnen und -redakteure ganz herzlich.

© 2003 Medienwissenschaft Universität Trier

## Inhalt

1. Einleitung .....	5
2. Die Medienlandschaft Luxemburg.....	8
2.1 Besonderheiten des luxemburgischen Mediensystems .....	8
2.2. Befunde der Befragung .....	9
2.3 Befunde aus den Interviews .....	15
3. Verhaltenskodizes für Journalisten – Genese und Funktion .....	21
3.1 Zur theoretischen Begründung der Prinzipien .....	25
4. Rechtsvorschriften zu luxemburgischen Programmen .....	29
4.1. Regelungen zum Fernsehen .....	29
4.2 Regelungen zum Hörfunk .....	30
5. Entwurf eines Verhaltenskodex für die Funkmedien des Großherzogtums Luxemburg .....	31
6. Empfehlungen.....	49
Anhang: Literatur.....	52



## 1. Einleitung

In der Mediengesellschaft ist öffentliche Meinungsbildung ohne Medienkommunikation nicht mehr denkbar. Medien halten diese öffentliche Kommunikation in Gang, indem sie Themen für die öffentliche Kommunikation bereit stellen (vgl. Rühl 1980:322f.), sowie Unterhaltung für und Orientierung in der Gesellschaft bieten. Medien sind gewissermaßen der Filter, über den geregelt wird, was Gegenstand der öffentlichen Meinungsbildung wird. Sie übernehmen insofern eine zentrale Funktion, indem sie aus den vielen in der Gesellschaft verfügbaren Informationen diejenigen auswählen, aufbereiten und verbreiten, die für das gesellschaftliche Zusammenleben wesentliche Bedeutung haben: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ (Luhmann 1996:9) Im Umkehrschluss heißt dies: Ohne Medien kann eine „Gesellschaft [sich] nicht über sich selbst verständigen und wüsste auch nichts über sich selbst“ (Jarren et al. 2002:25). Unter anderem übernehmen die Medien folgende Funktionen (Neidhardt 1994, zit. n. Meyer 2001:22):

1. „Die *Transparenzfunktion*: Jeder Bürger muss die Chance haben, zu sehen und zu verstehen, was in der Politik und den auf sie bezogenen wesentlichen Prozessen seiner Gesellschaft vor sich geht, und zwar umfassend, zutreffend und zuverlässig.
2. Die *Validierungsfunktion*: Die Konfrontation der relevanten unterschiedlichen Meinungen, Themen und Informationen muss dem interessierten Bürger die Bewertung seiner eigenen Position im Lichte der anderen erlauben.
3. Die *Orientierungsfunktion*: In der Begegnung der Informationen und Argumente im öffentlichen Raum muss sich für den Bürger einsichtig eine öffentliche Meinung herausbilden können, an der er sich auf seine eigene Weise orientieren kann.“

Dabei sind dies nicht nur Informationen, die für das politische Funktionieren des Gemeinwesens relevant sind, sondern gleichfalls Informationen, die eher soziale Bedürfnisse der Gesellschaft bedienen (z. B. Unterhaltung). Aufgrund dieser *öffentlichen* Aufgaben und der im Vergleich zur Individualkommunikation breiten Streuung der Informationen sind an die Medien erhöhte Anforderungen zu stellen.

Diese Anforderungen manifestieren sich in medienrechtlicher und medienethischer Weise. Etwa in der Festlegung auf die Maxime der Wahrheit, in der Forderung in der Berichterstattung gegebenenfalls mehrere Sichtweisen zu berücksichtigen. Dass Journalisten und die von ihnen erstellten Medienprodukte bestimmten Anforderungen genügen müssen, lässt sich auch deutlich in den regelmäßigen Selbstthematizierungen der Medien ablesen, wenn beispielsweise Medienskandale öffentlich ausgetragen werden (zusammenfassend: Holly 1993; Bucher 1994).

Aufgrund ihrer großen Bedeutung für das Funktionieren der Gesellschaft werden in nahezu allen Staaten die Medien im öffentlichen Interesse reguliert und kontrolliert. Insgesamt haben sich für die unterschiedlichen Medientypen unterschiedliche Regulierungsmodelle etabliert (vgl. Jarren et al. 2002:26f.). Im Bereich der gedruckten Medien setzte die Regulie-

rung meist auf ein Modell außenpluraler Vielfalt, also auf die Idee, die demokratische Funktion durch Pressefreiheit und Meinungsvielfalt zu gewährleisten. Im Bereich der Funkmedien stand in den meisten Ländern – entsprechend dem Vorbild der britischen BBC – dagegen der ‚public service‘-Gedanke hinter den Regulierungsvorschriften. Hintergrund war die Annahme, die nicht mehr kontrollierbare nicht-körperliche Übertragung mache höhere normative Vorgaben zu den Inhalten notwendig.

Die Medienaufsicht als eine zentrale Aufgabe der Medienregulierung soll erstens sicherstellen, dass Medien nicht als Machtinstrument gegen Staat, gesellschaftliche Gruppen, natürliche und juristische Personen oder allgemein das öffentliche Interesse missbraucht werden. Zweitens hat sie darauf zu achten, dass die in den Regulierungsvorschriften enthaltenen Bestimmungen auch tatsächlich erfüllt werden. Grundlage der Medienaufsicht sind in der Regel die nationalen Mediengesetze, die Normen, Rahmenbedingungen und Auflagen für Medien enthalten. Ergänzend zu berücksichtigen sind die jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen zum Urheber- und Persönlichkeitsrecht, zum Strafrecht sowie anderen Rechtsbereichen, die den rechtlichen Spielraum von Medienanbietern determinieren.

Gesellschaften und die darin verankerten Medien sind nicht statisch, sondern dynamische Systeme. Genauso wie sich Gesellschaft und Medien entwickeln, muss auch die Medienregulierung an veränderte Bedingungen und Paradigmen angepasst werden. Charakterisieren lässt sich diese Veränderung der Rahmenbedingungen für die Medienregulierung durch technische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen auf folgenden Ebenen (Jarren et al. 2002:29f.):

- Zunehmende Kommerzialisierung: Dienstleistungen der Medien und ihre Inhalte werden zunehmend von Marktfähigkeit und Nutzerakzeptanz bestimmt, mit der Konsequenz, dass bestimmte Gruppen, Themen oder Darstellungsformen nicht mehr Eingang in die Programmgestaltung finden. Konzentrationsentwicklungen im Medienbereich konterkarieren die Vielfaltsüberlegungen in der Medienregulierung, weil sich Einspareffekte vor allem durch Mehrfachverwertung von Inhalten erzielen lassen.
- Formwandel staatlicher Regulierung: Paradigmenwechsel vom „Wohlfahrts- und Interventionsstaat hin zu einem ermöglichenden Gewährleistungsstaat“ (ebd. 32f.), also das stärkere Setzen auf regulierte Formen der Selbstregulierung.
- Soziokulturelle Veränderungen: sie führen zu veränderten Nutzungsweisen der Medien, etwa zu einer stärkeren Fragmentierung des Publikums
- Technische Veränderungen: die Digitalisierung der Medien und den dadurch induzierten Umbruch in der Medienlandschaft
- Kleinstaatenproblematik: Kleine Länder haben in verschiedener Hinsicht zusätzliche Aspekte zu beachten. Angesichts der kleineren Sprachgemeinschaften Knappheit von Ressourcen (z. B. qualifizierte Arbeitskräfte) und kulturspezifischem Know-How, „Verletzlichkeit von Kommunikationsräumen durch Overspilling von ausländischen Programmen und starke Auslandsorientierung des Publikums“ (ebd. 37)

Verschiedene andere Faktoren kommen erschwerend hinzu. Medien erbringen in hohem Maße Leistungen im „ideell-kulturellen und politischen Bereich“, in dem die Leistungsmessung schwierig ist (ebd. 33, Bucher 2003:12f.). Aufgrund der Fragmentierung des Publikums und der damit verbundenen Vielfalt von Bewertungsmaßstäben wird es schwieriger, „einen gesellschaftsweiten Konsens über die spezifischen Aufgaben der Medien und des öff. Rundfunks insbesondere zu finden. (...) Normen und Ziele werden nur dann als tragfähig empfunden, wenn sie plausibel begründbar sind und in der Öffentlichkeit die Meinung vorherrscht, dass diese auch umgesetzt werden.“ (Jarren ebd. 33). Für einen Kodex heißt dies, dass er einerseits argumentativ hergeleitet sein muss, andererseits aber auch die Durchsetzung durch entsprechende Institutionen sicherzustellen ist. Medien kommt für die Identitätsbildung der Bewohner eines Landes eine wichtige Rolle zu; insbesondere in Ländern mit hohem Ausländeranteil wie etwa Luxemburg steigen damit die Anforderungen an die Medien, weil disperse Zielgruppen zu erreichen sind und die Medien zusätzlich eine Integrationsfunktion wahrnehmen.

Während die Gesetze zwar die Rahmenbedingungen abstecken, spezifizieren sie in der Regel nicht die Bewertungskriterien und -richtlinien. Insofern sind die Organe der Medienaufsicht auf die Ausarbeitung eigener Standards angewiesen, mit denen sie die Konformität der zu beaufsichtigenden Programme mit den bestehenden Vorgaben kontrollieren können. Eine solche Ausarbeitung einer Richtlinie stellt der nachfolgende Forschungsbericht vor. Er ist der erste Teil eines auf drei Teilstudien angelegten Auftrags zur Erstellung eines Verhaltenskodex für die luxemburgischen Funkmedien. Er begründet einen Vorschlag als künftige Grundlage für die Arbeit des luxemburgischen Aufsichtsorgans, des Conseil National des Programmes (CNP).

In den weiteren Teilstudien wird eine inhaltsanalytische Programmevaluierung vorgenommen, um so eine Bestandsaufnahme zum Qualitätsstandard der luxemburgischen Medien vorzunehmen. Diese Teilstudien beziehen sich auf zwei verschiedene Phasen der Berichterstattung: eine Phase normaler Berichterstattungsintensität (Mai 2003) sowie eine Phase intensiver Berichterstattungsintensität während des Wahlkampfes 2004. Diese Berichte werden jeweils im Herbst der betreffenden Erhebungsjahre fertiggestellt.

Der nachfolgende Bericht gliedert sich in folgende Teile:

- eine Übersicht zur luxemburgischen Medienlandschaft
- Befunde aus einer Befragung von luxemburgischen Chefredakteuren
- ein Forschungsüberblick zur Entstehung, Funktion und Begründung von Verhaltenskodizes
- ein kommentierter Formulierungsvorschlag für einen Code of Conduct luxemburgischer Funkmedien
- zusammenfassende Handlungsvorschläge.

## 2. Die Medienlandschaft Luxemburg

### 2.1 Besonderheiten des luxemburgischen Mediensystems

Luxemburgs Medienlandschaft zeichnet sich – verglichen mit angrenzenden Ländern – durch verschiedene Besonderheiten aus.

Erstens durch eine – gemessen an der erreichbaren Einwohnerzahl – reichhaltige Presse-landschaft: fünf größere Tageszeitungen, davon zwei in französischer Sprache, drei Wochenzeitungen (eine französischsprachig), zwei Fernseh- und Familienzeitschriften sowie eine satirische Wochenschrift bilden den Kern der Pressepublikationen.

Zweitens durch eine staatliche Pressehilfe, die nahezu alle Pressehäuser unterstützt.

Drittens durch eine durch die Besitzverhältnisse bedingte Bindung der meisten Pressehäuser an gesellschaftliche Institutionen wie beispielsweise die katholische Kirche, die Parteien oder Gewerkschaften (vgl. Hirsch 2000).

Viertens ist die luxemburgische Medienlandschaft dadurch gekennzeichnet, dass dem luxemburgischen Medienunternehmen RTL Group bestimmte öffentliche Aufgaben der audiovisuellen Berichterstattung übertragen wurden.

Die vorgenannten Besonderheiten sowie die besondere Lage und Größe Luxemburgs bedingen auch einige weitere Charakteristika. Im Land werden nicht nur die nationalen Rundfunkprogramme stark rezipiert, sondern auch ausländische Programme, wobei die Nutzung der deutschen die der französischen überwiegt. Insofern müssen sich die – im Vergleich zu ihren deutschen und französischen Pendants sehr kleinen – luxemburgischen Medienunternehmen an den großen europäischen Anstalten messen lassen. Hinzu kommt – unter anderem aufgrund der europäischen Institutionen und der Banken – ein vergleichsweise großer Teil an ausländischen Arbeitnehmern in Luxemburg, die mit Medienangeboten in luxemburgischer Sprache nicht erreicht werden können.

In Luxemburg gibt es neben der RTL-Gruppe mit einem Fernsehprogramm für Luxemburg (RTL Télé Lëtzebuerg) weitere Fernsehanbieter in luxemburgischer Sprache mit geringerer Reichweite, z. B. Tango TV (Everyday Media), Nordlicht TV oder den Uelzechtkanal. Im Hörfunk werden neben dem Angebot von RTL Radio Lëtzebuerg (CLT-UFA) weitere Programme produziert: DNR (Imprimerie Saint Paul), 100,7 (De soziokulturelle Radio), eine öffentlich-rechtliches Programm, das Jugendradio Eldorado, verschiedene Lokalprogramme sowie Programme für fremdsprachige Communities (Radio Ara, Radio Latina).

### 2.2 Journalismus in Luxemburg: Selbstverständnis und Qualitätsbewusstsein

Journalistische Arbeitsweisen und Rollenvorstellungen unterscheiden sich in den verschiedenen Ländern und Kulturen genauso wie das Selbstverständnis der Journalisten (vgl. Weaver



1998). Um eine Bestandsaufnahme insbesondere zum Selbstverständnis luxemburgischer Medien, des journalistischen Qualitätsbewusstseins sowie der kulturspezifischen Qualitätsstandards zu ermöglichen, wurden halbstandardisierte Interviews mit luxemburgischen Medienverantwortlichen geführt. Die Fragen orientieren sich an den Untersuchungen zum Journalismus in Deutschland, die in den letzten 15 Jahren dort durchgeführt wurden (u.a. Scholl/Weischenberg 1998; Schönbach et al. 1994; Meier 2002). Methodisch mussten aus forschungsökonomischen Gründen Einschränkungen gemacht werden. Sie bestehen einerseits in der Beschränkung auf Medienverantwortliche (Chefredakteure), andererseits in einem reduzierten Fragebogen. Trotz der kleinen Fallzahl und den damit verbundenen Einschränkungen kann sie fast als Vollerhebung betrachtet werden. Aufgrund der leitenden Funktionen, die alle der Befragten ausüben, kann geschlossen werden, dass die geäußerten Ansichten auch in hohem Maße repräsentativ für den Journalismus in Luxemburg sind.

In den zwischen 60 und 120 Minuten langen Leitfaden-Interviews wurden Einschätzungen zur luxemburgischen Medienlandschaft, Maßnahmen der publizistischen Qualitätssicherung sowie medienethische Fragen angesprochen. Insgesamt wurden dreizehn Interviews geführt.

100,7: Jay Schiltz

DNR: Jean-Marc Sturm

Le Jeudi: Jean Portante

Journal: Rob Roemen

D'Land: Mario Hirsch

Luxemburger Wort: Leon Zeches

Den neie Feierkrop : Jaques Drescher

Revue: Claude Wolf

RTL: Alain Berwick, Tom Graas, Marc Linster

Tageblatt: Alvin Sold/ Danièle Fonck

Télécran: Fernand Morbach

La Voix: Laurent Moyse

Woxx: Richard Graf

Zusätzlich wurden die Interviewpartner gebeten, einen Fragebogen zu ihrem Medienunternehmen sowie ihrer Person auszufüllen. Die Rücklaufquote für diese Fragebögen beläuft sich auf 85 Prozent.

## *2.2. Befunde der Befragung*

Die Größe der Redaktionen ist sehr unterschiedlich. Während die größeren Tageszeitungen meist 20 und mehr Personen beschäftigen, ist die Mehrzahl der anderen Redaktionen

sehr klein. Die Wochenzeitungen und die Hörfunkredaktionen verfügen über weniger als 10, die Fernseh- und Zeitschriftenredaktionen über 10-20 Redakteure. Drei Viertel des journalistischen Personals ist männlich – allerdings mit großen Unterschieden zwischen den verschiedenen Redaktionen (11 Prozent Frauenanteil im einen, 55 Prozent im anderen Extrem).

Die Auswertung der Fragebögen ergaben folgende Befunde zu den befragten Personen selbst. Über die Hälfte verfügt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium (vier Fünftel davon u.a. zum Journalismus), eine Person absolvierte ein Volontariat, die knappe andere Hälfte verfügt über eine andere, nicht medienbezogene Ausbildung. Ausbildungsstätten waren überwiegend französischsprachige Universitäten in Frankreich und Belgien.

Im Rahmen der Befragung wurden auch Maßnahmen zur Qualitätssicherung erhoben. Das am häufigsten eingesetzte Mittel zur Qualitätssicherung ist das individuelle Gespräch mit dem Mitarbeiter. Das Gegenlesen der Beiträge ist nur bei etwa der Hälfte aller befragten Medien üblich, genauso die Blatt- bzw. Sendungskritik. Auffallend ist die geringe Nutzung der Mitarbeiterweiterbildung als Mittel der Qualitätssicherung.

	Anzahl d. Nennungen	Prozent
Alle Beiträge werden in der Regel gegengelesen	6	21%
Tägliche Blattkritik / Sendungskritik	8	29%
Individuelle Gespräche mit Mitarbeitern über Beiträge	10	36%
Weiterbildung für Mitarbeiter	4	14%

**Tabelle 1: Maßnahmen der Qualitätssicherung**

Auf den Redaktionskonferenzen ist die Abstimmung der Themen die Aufgabe, der die Chefredakteure am meisten Zeit zusprechen (43 Prozent der Gesamtdauer). An zweiter Stelle folgt die Blatt- oder Sendungskritik (20 Prozent). Die Themenverteilung auf Journalisten (13 Prozent), Berichte des Chefredakteurs und von Redaktionsmitgliedern über besondere Vorfälle (8 bzw. 9 Prozent) sind weitere Programmpunkte auf den Redaktionskonferenzen (anderes: 8 Prozent). Im wesentlichen deckt sich diese Verteilung mit den Befunden von Meier zu deutschen Redaktionskonferenzen (2002:324).

Redaktionsstatute oder Verhaltenskodizes für die eigenen Journalisten können fünf von zehn Medienunternehmen vorweisen, wobei die Redaktionsstatute in der Regel nicht öffentlich zugänglich sind. Sieben Unternehmen und damit mehr als die Hälfte besitzt kein derartiges Redaktionsstatut. Eine Untersuchung zu Journalisten in der Schweiz kam zu dem Ergebnis, dass 25 Prozent der Journalisten in Redaktionen ohne Statut oder Leitbild arbeiten und werfen gleichzeitig die Frage auf, auf welcher Basis redaktionelle Qualitätssicherung beruht, wenn Leitbilder oder vergleichbare Vereinbarungen fehlen (Marr et al. 2001:76).

Verschiedene Maßnahmen der Qualitätssicherung fußen auf Studien zu bestimmten Problembereichen, etwa Reichweitenuntersuchungen oder Copytests. Zwei Drittel geben

solche Untersuchungen selbst in Auftrag, weitere 25 Prozent beteiligen sich an solchen Untersuchungen. Diese Angaben decken sich mit den von Meier für Deutschland erhobenen Befunden (2002:327).

Um einen Indikator für die Verbindungen zwischen Journalismus und Gesellschaft zu haben, wurden die Befragten nach Entscheidungsträgern in ihrem privaten Bekanntenkreis gefragt. Dabei wurden Entscheidungsträger aus Politik/öffentliche Verwaltung, Kirche, Gewerkschaft, Wirtschaft, Bürgerinitiativen, Parteien und Medien unterschieden. Die Hälfte (n=8) gab an, aus jedem der genannten Bereiche private Bekannte zu haben, also sehr viele Verbindungen zu Entscheidungsträgern zu haben. Dies gilt insbesondere für diejenigen, die schon länger im Medienbereich arbeiten. Bei den jüngeren sind diese privaten Verbindungen nicht so extensiv vorhanden. Ob dies auf die kürzere Tätigkeit im Medienbereich oder auf sich abzeichnende Änderungen im Selbstverständnis zurückgeht, lässt sich aus den Daten nicht erkennen.

Ein Vergleich mit Befragungsdaten der Studie „Journalismus in Deutschland“ zeigt, dass die Verbindungen zwischen den Systemen Journalismus und Gesellschaft in Luxemburg enger sind als in Deutschland: Während knapp die Hälfte der deutschen Chefredakteure Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft zu ihrem privaten Bekanntenkreis zählen, gaben über drei Viertel der luxemburgischen Chefredakteure an, private Bekannte unter diesen Entscheidungsträgern zu haben. Die Befunde setzen sich auf hinsichtlich der Entscheidungsträger aus anderen Bereichen entsprechend fort (vgl. Tabelle 2).

	Chefredakteure L	Chefredakteure D <sup>1</sup>
Entscheidungsträger aus der Politik und der öffentlichen Verwaltung	80%	46%
Entscheidungsträger aus der Gewerkschaft	75%	15%
Entscheidungsträger aus Kirchen	60%	-
Entscheidungsträger aus der Wirtschaft	70%	44%
Entscheidungsträger von Bürgerinitiativen und alternativen Gruppierungen	70%	43%
Entscheidungsträger von Parteien	80%	-
Kollegen/ Kolleginnen aus dem Journalismus	100%	84%

**Tabelle 2: Bekanntschaft mit Entscheidungsträgern**

Diese engen Verflechtungen zwischen Journalismus und gesellschaftlichen Entscheidungsträgern deuten auf eine für Luxemburg spezifische Kommunikationsstruktur hin, die durch die Übersichtlichkeit des kleinen Landes bedingt sind:

*„Das Problem hier in Luxemburg ist, dass jeder jeden kennt. Als Journalist., wenn man z.B. politische Berichterstattung macht, man kennt jeden Abgeordneten z.B., oder jeden Minister. Sehr viele Journalisten duzen den Minister oder den Staatsminister oder andere Abgeordnete.“*

<sup>1</sup> Sonderauswertung aus der Befragung „Journalismus in Deutschland“ (vgl. Scholl/Weischenberg 1998).

Das Rollenverständnis aus Sicht der Journalisten gibt Auskunft über die eigenen Kommunikationsabsichten und die Kriterien für die Informationsauswahl und -aufbereitung. Die befragten Chefredakteure wurden deshalb gebeten, ihr Selbstverständnis als Journalisten zu charakterisieren. Das Selbstverständnis wurde mittels einer skalierten Zustimmung zu verschiedenen Statements in vergleichbarer Form wie die Studie von Scholl/Weischenberg abgefragt. Die größte Zustimmung gab es zu zwei Aussagen zur Informationspräsentation („komplexe Sachverhalte zu erklären und vermitteln“, „die Realität genau so abzubilden wie sie ist“), sowie zu den Items „Kritik an Missständen zu üben“ und „Nachrichten nicht zu bringen, deren faktischer Gehalt nicht bestätigt wurden“.

Sie sehen – mit etwas schwächerer Zustimmung – ihre Aufgaben auch darin, das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren, positive Ideale zu vermitteln, die Aussagen der Regierung zu recherchieren und zu untersuchen sowie die in der Entwicklung befindliche Politik der Regierung zu diskutieren.

Überwiegende Zustimmung erfuhr auch die Aussage, dem Publikum möglichst schnell Informationen zu präsentieren, intellektuelle und kulturelle Interessen des Publikums anzusprechen sowie Ereignisse aus der angrenzenden Region darzustellen.

Auch wenn die Luxemburger Chefredakteure „Kritik an Missständen zu üben“ als eine ihrer wichtigsten Aufgaben ansehen, nehmen sie für sich in Anspruch, „möglichst neutral und präzise zu informieren“. Aussagen zum aktiv-kritischen Journalismus („mich als Gegenpart (...) zu verstehen, indem man deren Aussagen immer skeptisch begegnet“) stimmen sie sowohl für den Bereich Politik als auch für die Wirtschaft weniger stark zu. Weischenberg/Löffelholz/Scholl führen diesen auch in Deutschland gemachten Befund auf das abstraktere Konzept des Kritikübens zurück, während die Aussage zur skeptischen Begegnung bereits eine aktive Handlungsanleitung enthält.

Die eher publikumsbezogenen journalistischen Aufgaben sind im Selbstverständnis ebenfalls weniger stark verankert (vgl. Abbildung 1). Das Aufzeigen von neuen Trends, das Präsentieren der eigenen Ansichten, die Ausübung einer Kontrollfunktion in der Gesellschaft sowie dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten fanden die geringste Zustimmung.

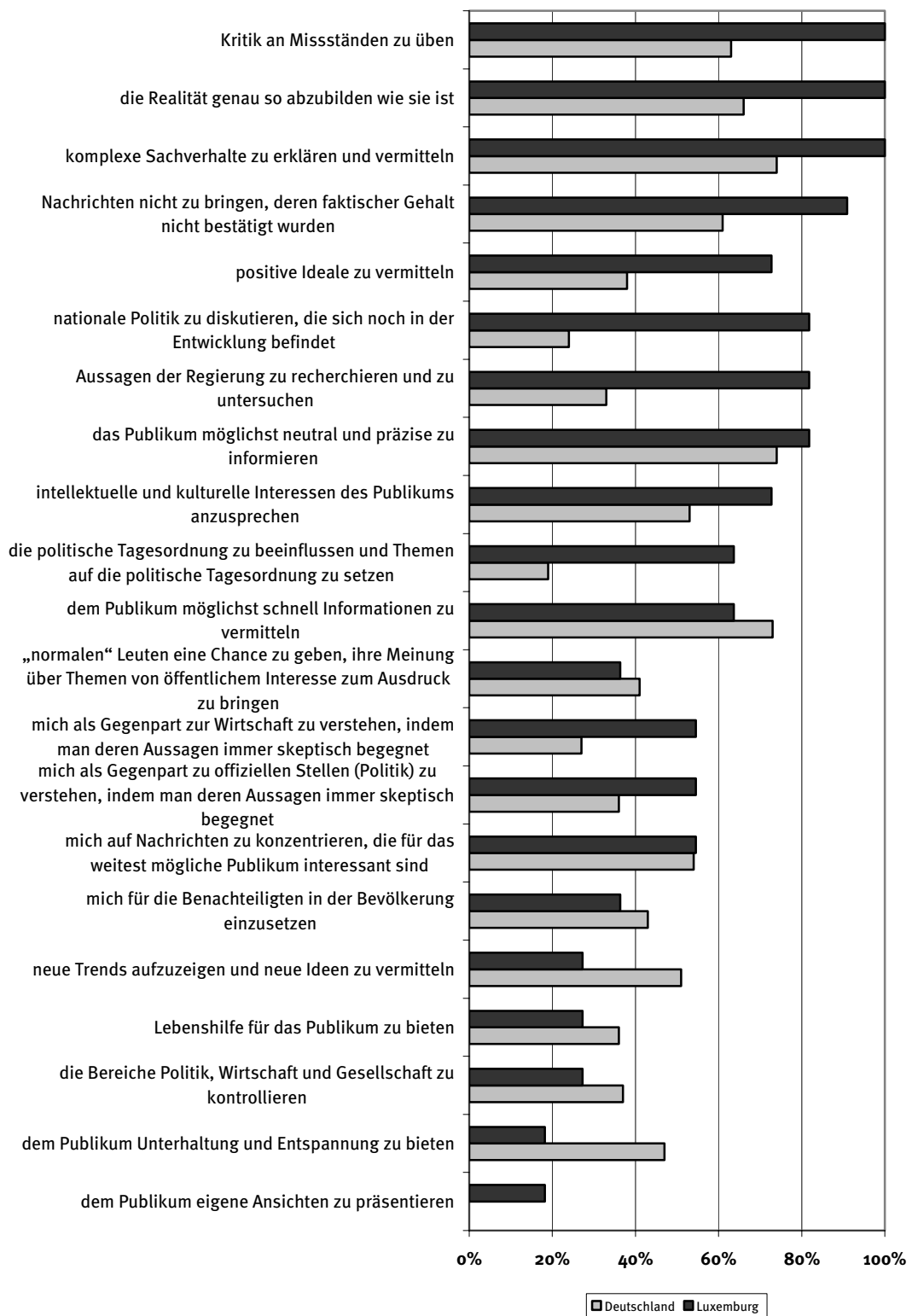


Abbildung 1: Selbstverständnis der Journalisten. Gegenüberstellung der Befunde aus der Befragung luxemburgischer Chefredakteure und der Studie ‚Journalismus in Deutschland‘ (vgl. Weischenberg/Scholl 1998).

Gerade bei der letztgenannten Funktion Unterhaltung/Entspannung zeigt sich, dass in verschiedenen Punkten das Rollenverständnis durchaus mit der Mediengattung zusammenhängt: Die Chefredakteure der Zeitschriften sehen in Unterhaltung/Entspannung eine wichtige Aufgabe ihrer Arbeit, während die Chefredakteure der Tages- und Wochenzeitungen und in etwas schwächerem Maße die des Hörfunks diese Funktion als eher wenig wichtig ansehen. Gattungsspezifische Unterschiede zeigen sich auch bei den Items „dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren“, das bei den Zeitungen eine viel wichtigere Rolle einnimmt als bei Zeitschrift und Funkmedien. Den Antworten der Chefredakteure zufolge scheinen sich die Zeitschriften an einem breiteren Publikum zu orientieren (Item „mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für das weitest mögliche Publikum interessant sind“) und sehen sich eher serviceorientiert („neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln“). Schnelligkeit als Qualitätskriterium für die eigene Arbeit ist – was zu erwarten war – von der Periodik des Mediums abhängig: Besonders im Hörfunk ist dies ein Kriterium für die eigene Arbeit. Ein weiterer aufschlussreicher Befund ist schließlich die je nach Mediengattung unterschiedliche Relevanz, die politische Agenda mitbestimmen zu wollen („die politische Tagesordnung zu beeinflussen und Themen auf die politische Tagesordnung zu setzen“): Zeitschriften und Hörfunk sehen dies als weniger bedeutsamen Aspekt ihrer Berichterstattung.

Das Selbst- und Rollenverständnis der Journalisten ist ein in vielen Studien der Journalismusforschung thematisierter Aspekt. Aufgrund der international guten Datenlage lassen sich hier Parallelen ziehen zu anderen Studien (vgl. Weaver 1998). Deshalb wurde auch in der hier vorgenommenen Befragung entsprechende Fragen platziert.

Die in Abbildung 1 dargestellten Befunde erlauben einige interessante vergleichende Beobachtungen. Zunächst ist die bereits erwähnte im Vergleich zu deutschen Journalisten deutlich höhere Zustimmung zur Funktion „Kritik an Missständen zu üben“, „die Realität genau so abzubilden wie sie ist“ und „komplexe Sachverhalte zu erklären und vermitteln“ hervorzuheben. Die hohe Zustimmung zu den Aussagen „Nachrichten nicht zu bringen, deren faktischer Gehalt nicht bestätigt wurde“ und „positive Ideale zu vermitteln“, sowie die niedrige Zustimmung zur Aussage „dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten“ zeigt sich auf ähnliche Weise auch in der Untersuchung McManes zu französischen Journalisten (McMane 1998). Es gibt also in manchen Bereichen eine Orientierung am französischen Journalismusverständnis, das Profil des luxemburgischen Journalismus hat in zentralen Bereichen deutliche französische Konturen. Gerade das Item „dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten“ findet in Deutschland oder Großbritannien deutlich höhere Zustimmung (Weaver 1998:466f.). Auch zu weiteren Items, die als Indikator für eine Serviceorientierung stehen können, gibt es in Luxemburg weniger Zustimmung als beispielsweise in Deutschland („Lebenshilfe für das Publikum bieten“, „neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln“). Weiter auffällig ist die stärkere Zustimmung der luxemburgischen Chefredakteure zu den Statements „nationale Politik zu diskutieren, die sich noch in der Entwicklung befindet“, „Aussagen der Regierung zu recherchieren und zu untersuchen“, „die politische Tagesordnung zu beeinflussen“. Sie verweisen auf den Umstand, dass im

Gegensatz zur deutschen Presse in Luxemburg die nationale Perspektive in den Medien dominiert und die nationale Politik im Mittelpunkt steht. National ausgerichtet sind in der Bundesrepublik nur die wenigen überregional ausgerichteten Tageszeitungen, während die Vielzahl der Regionalzeitungen eine deutlich breitere Ausrichtung aufweisen. Die bereits mehrfach angesprochene Doppelfunktion der luxemburgischen Medien, gleichzeitig regional/lokal und national/international ausgerichtet zu sein, schlägt sich offensichtlich auch im journalistischen Selbstverständnis nieder.

### *2.3 Befunde aus den Interviews*

Die Interviews erfüllen im Rahmen des Forschungsprojekts verschiedene Funktionen. Erstens sollten die Besonderheiten der luxemburgischen Medienlandschaft dokumentiert werden. Zweitens dienen die Interviews dazu, Erkenntnisse, die in der luxemburgischen Medienszene vielfach bekannt sind, empirisch zu dokumentieren.

Die Darstellung gliedert sich in drei verschiedene Teile:

- Luxemburgisches Mediensystem
- Mitarbeiterqualifikation und Redaktionsorganisation
- Qualitätssicherung und Medienethik

#### **2.3.1 Luxemburgisches Mediensystem**

Die Selbstpositionierung der Luxemburgischen Medienschaffenden ist relativ klar ausgeprägt. Fasst man die Aussagen der verschiedenen leitenden Redakteure zusammen, so lassen sich drei grundsätzliche Orientierungslinien unterscheiden:

- Die Orientierung an kulturell-weltanschaulichen Grundpositionen in Luxemburg,
- Die Orientierung an typischen Adressatengruppen
- Die Orientierung an verschiedenen Informationsaufgaben

Auch wenn das Luxemburger Wort sich zu einer „klaren katholischen Orientierung“ bekennt, so wird doch eine parteipolitische Unabhängigkeit betont. Dasselbe nimmt das Tageblatt für sich in Anspruch, das sich als Gegenstück zum Luxemburger Wort mit einer frankophilen, laizistischen, republikanischen und eher linken Ausrichtung versteht. Woxx und Feiertrop verstehen sich als Teil einer Gegenöffentlichkeit zu dem etablierten Meinungen und vertreten damit die parteipolitisch unabhängigen Gruppierungen, Bewegungen und Organisationen. Auch „d'Land“ und das „Journal“ definieren sich in Abgrenzung zu den beiden größeren Tageszeitungen und sehen sich beide als unabhängig von den gesellschaftlich einflussreichen Kräften wie Kirchen, Unternehmen oder Parteien. Vom Selbstverständnis her entsprechen die luxemburgischen Tages- und Wochenzeitungen eindeutig dem Bild nationa-

ler Printmedien, für die, ganz im Unterschied zur Regionalpresse, eine kulturell-weltanschaulichen Ausrichtung konstitutiv ist. Während in der Bundesrepublik die Regionalzeitungen sich durch Service- und Publikumsorientierung auszeichnen und dementsprechend aus Akzeptanzgründen weltanschauliche Grundpositionen in den Hintergrund treten, sind solche Positionen für die Luxemburgischen Printmedien bis heute identitätsstiftend geblieben. Bei den beiden neugegründeten französischsprachigen Ablegern des Luxemburger Wortes (*La Voix*) und des Tageblatts (*Le Quotidien*) wird allerdings die kulturell-weltanschauliche Orientierung deutlich von einer Ausrichtung an den sozialen, französisch-sprechenden Adressatengruppen überlagert, für welche die Publikationen auch auf den Markt gebracht wurden.

Kulturell-weltanschauliche Orientierungen spielen bei der Selbstpositionierung der Rundfunkmedien keine Rolle mehr. Sowohl das RTL-Fernsehen als auch Radio 100,7 definieren sich im Sinne öffentlich-rechtlicher Anstalten, die sich allen gesellschaftlich relevanten Gruppierungen gleichermaßen verpflichtet fühlen. Dementsprechend schwach ausgeprägt ist auch die Orientierung an spezifischen gesellschaftlichen Gruppierungen. Vielmehr erheben beiden Programmanbieter den Anspruch, Fernsehen, bzw. Radio für alle, einschließlich der Minderheiten wie Migranten oder Kinder, zu veranstalten. Das Selbstverständnis der Rundfunkmedien ist am stärksten geprägt durch die Definitionen ihrer Programmaufgaben: bei RTL durch die Aufgabe, umfassende Information, Service, Unterhaltung und Lebenshilfe zu liefern, bei 100,7 durch die Aufgabe, als Einschaltradio Kultur und Information für alle abzudecken, sowie den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppierungen den Zugang zum Hörfunk zu öffnen.

Die Zeitschriften und Wochenzeitungen (*Télécran*, *Revue*, *Le Jeudi*) definieren sich ebenfalls selbst hauptsächlich nicht weltanschaulich sondern über ihre spezifischen publizistischen Funktionen, Hintergrundinformationen und -analysen für das von der Tagespresse behandelte aktuelle Geschehen zu liefern. Auch ist bei ihnen die Vorstellung vorhanden, ein Forum für die „großen gesellschaftlichen Themen“ zu bieten, auf dem sich die Leser ausdrücken können.

Generell besteht Übereinstimmung zwischen den befragten leitenden Redakteuren, dass die weltanschauliche Bindung an bestimmte Parteien früher stärker war und inzwischen gelockert wurde oder „subtiler“ erfolgt. Allerdings wird auch eingeräumt, dass im „übergeordneten ethischen Umfeld“ deutliche Affinitäten erhalten geblieben sind. Diejenigen, die auch heute noch starke parteipolitische Ausrichtungen in der Berichterstattung erkennen, sehen darin aufgrund der Außenpluralität allerdings keine Gefährdung für die öffentliche Meinungsbildung. Aufgrund der engen personellen Verflechtungen zwischen Journalismus und Politik (vgl. dazu Abschnitt 2.2) sehen einige der Befragten in der parteipolitischen Ausrichtungen einiger Printmedien allerdings die Gefahr der „Kumpaneï“.

Ähnlich übereinstimmend äußern sich die Befragten zu der für das Großherzogtum Luxemburg typischen Pressehilfe: eine Gefährdung der Unabhängigkeit der Berichterstattung insbesondere über Luxemburg selbst, wird von fast allen der befragten Medienvertretern quer



durch das politische Spektrum nicht gesehen. Problematisiert wird allerdings der Zuteilungsmodus: da als Berechnungsgrundlage für die Pressehilfe die Anzahl der gedruckten Seiten verwendet wird, führe das zu einer Bevorzugung der auflagenstarken Blätter und zu einer „Vervielfältigung des Selben“, nicht aber zu mehr Vielfalt. „Weil die Presse abhängig ist, von der Zahl der gedruckten Seiten, wird alles gedruckt, was auch nur zu drucken ist“. Insgesamt betrachtet wird die Pressehilfe jedoch als zentraler Garant für die Vielfalt der Presselandschaft im Großherzogtum Luxemburg eingeschätzt. Nur fünf der Befragten bewerten diese finanzielle Abhängigkeit als eine grundsätzliche Schwäche des luxemburgischen Mediensystems.

Die Wahrnehmung eines öffentlich-rechtlichen Rundfunkauftrags durch RTL wird von den meisten der Befragten als Notlösung betrachtet: sie hätte lieber ein eindeutiges öffentlich-rechtliches Rundfunksystem und einige sind auch der Meinung, dass sich Luxemburg ein solches System leisten könnte und sollte. Allerdings wird RTL von den meisten bescheinigt, dass es seinem Auftrag weitgehend gerecht wird, auch wenn man „über einzelne Sendungen streiten kann“. Kritische Stimmen weisen aber auch darauf hin, dass die Monopolstellung von RTL im Bereich Fernsehen, eine „Meinungsmacht“ hervorgebracht habe, die auch das Medienverhalten der Politiker beeinflusst: „Die brauchen bloß ihr Mikrofon rauszuhängen, irgend jemand ist immer dran“. Im Bereich des Hörfunks gilt diese Monopolstellung offensichtlich nicht mehr. Die Liberalisierung von 1991 habe hier dazu geführt, dass „RTL nicht mehr schalten und walten kann, wie es beliebt“.

Im Vergleich mit den beiden Mediensystemen der Bundesrepublik Deutschlands und Frankreichs, wird von den Befragten die Spezifik des luxemburgischen Systems mit folgenden Merkmalen charakterisiert: Die luxemburgischen Medien sind lokal, regional und national zugleich. Dementsprechend muss das Lokale, das Außenpolitische und das Innenpolitische, die nationale und die internationale Wirtschaft gleichermaßen abgedeckt werden. Demgegenüber stehen aber aus Sicht der Befragten nur begrenzte Ressourcen zur Verfügung. Der Journalismus in Luxemburg wird deshalb stärker als Verlautbarungsjournalismus und weniger als recherchierender, investigativer Journalismus gesehen.

Die Stärke des luxemburgischen Mediensystems liegt aus Sicht der Befragten vor allem in seiner Vielfalt, insbesondere im Bereich der Presse. Die Überschaubarkeit Luxemburgs wird nicht nur als Nachteil („Jeder kennt jeden“, „Kumpanei“) gesehen, sondern auch als kommunikationsbegünstigender Faktor: die Nähe zu den politischen und gesellschaftlichen Akteuren, ermöglicht eine unkomplizierte und schnelle Informationsbeschaffung.

Fasst man die kritischen Befunde der Befragten zum luxemburgischen Mediensystem zusammen, so ergeben sich folgende Problembereiche:

- Der Problembereich publizistische Qualität: Defizite werden hier zum einen in der Redundanz der Themen ausgemacht, aber auch in der journalistischen Umsetzung werden teilweise professionelle Standards vermisst. Von einigen wird der Journalismus in Luxemburg in dieser Hinsicht auch als rückständig bezeichnet. Die Medienkritik wird nicht als fair, sondern als von Konkurrenz-Streben begleitet gesehen.

- Problembereich Unabhängigkeit: Die Nähe von Politik und Journalismus wird nicht nur positiv, sondern durchaus auch kritisch gesehen: Die Themenagenda wird aus Sicht der Journalisten zu stark von Politik und Wirtschaft vorgegeben und nicht von journalistischer Seite durch eigene Recherchen gesetzt. Hinsichtlich des Umgangs mit Pressematerialien wird vermerkt, dass „Copy und Paste“ eine dominierende Ausdrucksform des luxemburgischen Journalismus geworden ist.
- Problembereich Informations- und Meinungsvielfalt: Vielfalt wird oft als Vieles vom Selben umgesetzt, ganz unabhängig von den verschiedenen Ausrichtungen der Medienangebote.
- Problembereich publizistische Qualifizierung (Ausbildung): Ganz unabhängig von der kulturell-weltanschaulichen Positionierung der Befragten, sehen alle ein Defizit in der Journalistenausbildung, vor allem hinsichtlich der spezifischen luxemburgischen Berufsanforderungen: dazu gehören die Beherrschung von drei Sprachen (Luxemburgisch, Französisch und Deutsch), das Wissen im Bereich europäischer Themen, sowie die Kompetenz, Nationales und Internationales gleichermaßen abdecken zu können.
- Problem der Medienaufsicht: Ausstattung und Kompetenzen des CNP werden als zu gering eingestuft, um eine wirkliche Programmkontrolle für RTL und den Rundfunk insgesamt zu leisten, was angesichts der fehlenden Außenpluralität im Bereich des Fernsehens und der Marktdominanz im Hörfunk als notwendig erachtet wird.

Die Einschätzungen des luxemburgischen Mediensystems durch die befragten leitenden Redakteure zeigen ein hohes Maß an Selbstreflexivität und auch ein hohes Maß an Übereinstimmung über die verschiedenen weltanschaulichen Positionen hinweg. Allerdings ist in den verschiedenen Interviews auch unüberhörbar, dass trotz der Überschaubarkeit Luxemburgs eine mangelnde Kommunikationskultur über die verschiedenen Redaktionen hinweg beklagt wird. Wollte man dies ändern, so würden den CNP und dem Presserat moderierende Funktionen zukommen.

Hinsichtlich der Prinzipien für journalistische Qualität, wie sie auch in einen Verhaltenskodex Eingang finden sollen, ist eine hohe Übereinstimmung zwischen den Befragten erkennbar. Das Problem dürfte deshalb nicht in der Ausformulierung eines solchen Kodex liegen, sondern in seiner fallbezogenen Durchsetzung.

### 2.3.2 Mitarbeiterqualifikation und Redaktionsorganisation

Journalisten, die einerseits ein Journalistikstudium absolviert haben und andererseits sprachlich ausreichend qualifiziert sind, sind in Luxemburg offenbar Mangelware, nimmt man die Aussagen der befragten Redakteure als Maßstab. Infolgedessen sind landeskundliche

Kenntnisse und Schreib- und Ausdrucksfähigkeiten wichtigere Kriterien als eine journalistische (akademische) Ausbildung.

Die systematische Weiterqualifikation der Mitarbeiter ist bei luxemburgischen Medien eher die Ausnahme. Nur knapp die Hälfte der Anbieter schicken ihre Mitarbeiter gelegentlich zur Weiterqualifikation oder zu Hospitanzen in anderen Medien. Eine weitere Form der Weiterbildung sind die vom luxemburgischen Presserat angebotenen Kurse, wobei diese sich nach übereinstimmender Auffassung mit landeskundlichen und juristischen Themen eher an Berufsanfänger richten. Auch das Einlernen von freien Mitarbeitern erfolgt überwiegend ‚on the job‘.

„Es muss stimmen was in der Zeitung steht. Wie es geschrieben ist, wie es dargestellt wird, das interessiert fast niemanden.“

### 2.3.3 Qualitätssicherung und Medienethik

Redaktionsstatute als Möglichkeit, bestimmte Werte und Vorgaben des eigenen Hauses festzuhalten, werden nur von zwei Häusern genutzt. Zwei Chefredakteure verwiesen auf das luxemburgische Medienrecht und die darin gemachten Vorgaben und Beschränkungen; nur ein Befragter verwies auf den Pressekodex. In den anderen Medienhäusern gibt es keine schriftlich fixierten ethischen Richtlinien, sondern höchstens technische.

Mit PR-Meldungen wird unterschiedlich umgegangen, auch in Abhängigkeit vom Medium. Funkmedien müssen PR-Meldungen alleine schon deshalb umarbeiten, weil diese nicht in Luxemburgisch publiziert werden. Bezüglich des Umgangs mit Pressemitteilungen lassen sich die Medienunternehmen in vier Kategorien einteilen:

Auf jeden Fall eine Bearbeitung	4 Unternehmen
Bearbeitung in der Regel	3 Unternehmen
nur Recherchebasis	5 Unternehmen
Keine Richtlinien	1 Unternehmen

Die Medienkritik in den Medien ist in Luxemburg – im Vergleich zu anderen Ländern – schwach ausgeprägt:

*„Was eigentlich nicht, oder nicht genügend stattfindet, das sind eben so Rügen, kollegiale Rügen, die ausgesprochen werden, von einem Medium zum andern. Dass in einer Zeitung mal ein Kollege gescholten wird, dafür, dass er übers Ziel hinausgeschossen ist.“*

---

*„Eine gründliche Analyse der einzelnen Medien in andern Medien, die muss man noch schreiben“*

Als Ursachen für die nicht stattfindende Medienkritik wurden von den befragten Chefredakteurinnen und -redakteuren die überschaubare Medienlandschaft genannt. Jeder kennt jeden, so dass gegenseitige Kritik nur ungern praktiziert wird. Regelmäßige Medienkritik, so sehen es die Befragten, wird – sieht man mal vom Staatsminister ab – vor allem einem Medium zugeschrieben: dem Feiertag. Medienkritik wird von den Befragten häufig als diskreditierend empfunden. Möglicherweise zeigt sich in dieser Einschätzung die Nähe zu Frankreich: In Frankreich gibt es zwar Medienberichterstattung, aber keine Tradition der Medienkritik. Sie gilt als Kollegenschelte (Bourgeois/Grosser 2000) und wird nur in wenigen Medien praktiziert (Rieffel 2002).

### 3. Verhaltenskodizes für Journalisten – Genese und Funktion

Die Diskussion um medienethische Fragen ist zwar im Prinzip so alt wie die Presse selbst (vgl. Wilke 2003), Verhaltenskodizes für Journalisten entstehen in Europa jedoch erst in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts (Frankreich 1918), die meisten sogar weit nach dem zweiten Weltkrieg (Laitila 1995:530). Ausführlicher diskutiert wird über die Verhaltenskodizes zum ersten Mal in den 1920er Jahren aufgrund ungeklärter Standards bezüglich der Bezahlung von Journalisten und ihren Arbeitsbedingungen. In diese Zeit fällt auch die Gründung der großen Journalistenorganisationen, der International Association of Journalists und der International Federation of Journalists. Auf ihre Initiative hin entsteht ein Bericht des International Labour Office (ILO) zu den Arbeitsbedingungen der Journalisten (1928), der beispielsweise die Einrichtung von Schiedsgerichten fordert, „to deal with professional conduct and conditions“ (ILO 1928, zit. n. Jones 1980:10). Mit diesem Bericht beginnt die Diskussion um die Rechte und Pflichten der Journalisten an Dynamik zu gewinnen. Die Erstellung von Verhaltenskodizes erweist sich jedoch als schwierig:

*„What seemed to be a simple issue in 1928, the question of Codes of Ethics and the associated creation of Media Councils, has now become one of the most complex issues of our time in the world of mass communications media.“ (Jones 1980:10).*

Während die Arbeitsbedingungen der Journalisten der Ausgangspunkt für Verhaltenskodizes waren, werden sie nach dem zweiten Weltkrieg intensiver und stärker im Hinblick auf das Publikum und die Verantwortung des Journalisten diskutiert. Der Diskussionsprozess gewinnt mit einer Unesco-Initiative in den 1970er Jahren im Zuge der Vorbereitungen der ‚Mass Media Declaration‘ an Intensität. Die 1978 verabschiedete „Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to Strengthening Peace and International Understanding, to the Promotion of Human Rights and to Countering Racism, Apartheid and Incitement of War“ ist zwar kein Code im engeren Sinne (vgl. Juusela 1991), macht aber bereits im Titel deutlich, dass sie sich mit den Folgen journalistischen Handelns auseinandersetzt.

In den späten 1970er und frühen 1980er Jahren beginnen verschiedene Wissenschaftler sich vergleichend mit Fragen zur Medienethik, Aufgaben und Pflichten der Medien und den damit zusammenhängenden Kodizes (z. B. Jones 1980, Nordenstreng 1984, Lahav 1983) auseinander zusetzen. In den 1990ern werden an der Universität von Tampere eine Reihe von vergleichenden Studien durchgeführt (Juusela 1991; Laitila 1995). Untersucht wurden dabei bis zu 59 verschiedene Kodizes. Auch wenn sich die Studien methodisch und in der Auswahl ihrer Stichproben unterscheiden, kommen sie doch zu ganz ähnlichen Befunden. Zwar erscheint kaum ein Aspekt in identischer Form in allen Kodizes, die zugrundegelegten Prinzipien überschneiden sich jedoch stark. Laitila unterscheidet etwa in ihrer Untersuchung

zu europäischen Kodizes 13 Grundprinzipien, von denen sich drei in allen von ihr untersuchten 31 Kodizes wiederfinden (Abb. 2). Auf einem feiner granulierten Level zeigt sich dagegen, dass die Kodizes keineswegs alle mit gleichen Ideen oder Formulierungen arbeiten: Von 61 unterschiedenen ethischen Prinzipien findet sich kein einziges in allen Kodizes wieder. Es gibt also offenbar universelle Bereiche die in den Kodizes angesprochen werden, aber keine universelle Einzelregelung.

Table 2 Coverage of the 13 categories in the national codes

Code by	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	Total
1. Austria	X	-	X	X	X	X	-	-	X	-	-	X	-	7
2. Belgium	X	X	X	X	-	X	-	-	X	X	X	-	-	8
3. Bulgaria	X	X	X	X	X	X	-	X	X	-	X	X	X	11
4. Catalonia	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	-	11
5. Croatia	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	12
6. Czech Republic	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X	12
7. Denmark	X	X	X	X	X	X	-	-	X	-	X	-	-	8
8. Finland	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	-	X	11
9. France	X	X	-	X	X	X	-	X	X	X	-	X	X	10
10. Germany	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X	-	11
11. Greece	X	-	X	X	-	X	X	X	X	X	-	X	-	9
12. Hungary	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	11
13. Iceland	X	X	-	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	11
14. Ireland	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	-	11
15. Italy	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	13
16. Latvia	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	-	X	11
17. Luxembourg	X	X	X	-	X	X	-	-	X	-	X	-	-	8
18. Malta	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	12
19. Netherlands	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X	X	12
20. Norway	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	-	11
21. Poland	X	X	X	X	X	X	-	-	X	-	X	X	-	9
22. Portugal	X	X	X	X	X	X	-	X	X	-	X	-	X	10
23. Russia	X	X	-	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	12
24. Slovak Republic	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	13
25. Slovenia	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	13
26. Spain	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	X	12
27. Sweden	X	X	X	X	X	X	X	X	X	-	X	-	X	11
28. Switzerland	X	X	X	-	X	X	-	X	X	X	X	X	X	11
29. Turkey	X	X	X	X	X	X	-	X	X	-	X	X	-	9
30. UK I	X	X	X	X	X	X	-	X	X	X	X	X	-	11
31. UK II	X	X	-	X	X	X	-	X	X	X	-	X	-	9
Total	31	27	26	29	29	31	12	25	31	22	25	24	18	

I.	Truthfulness of information.	IX.	Rights and prohibitions protecting journalists' integrity.
II.	Clarity of information.	X.	Protection from public powers.
III.	Defence of public's rights.	XI.	Protection from employers and advertisers.
IV.	Responsibilities as creators of public opinion.	XII.	Protection of the status and unity of journalism.
V.	Gathering and presenting information.	XIII.	Protection of the solidarity within the profession.
VI.	Integrity of the source.		
VII.	Respect for the state institutions.		
VIII.	Loyalty to the employer.		

Abbildung 2: In verschiedenen europäischen Verhaltenskodizes angesprochene Aspekte (aus: Laitila 1995:536).

Die drei in allen 31 untersuchten Kodizes enthaltenen Grundprinzipien sind das Wahrheitsprinzip, das Prinzip der Quellenüberprüfung sowie das Prinzip der journalistischen Integrität (Laitila 1995:536). Auf der feiner granulierten Ebene der Prinzipien sind folgende Prinzipien am häufigsten vertreten (Laitila 1995:538):

1. Wahrheit, Genauigkeit
2. Berichtigung von Fehlern
3. Diskriminierungsverbot bezüglich Rasse, ethnischer Herkunft, Religion
4. Recht auf Privatsphäre
5. Verbot der Vorteilsannahme

Zu den Kodizes gibt es zwei Einschätzungen zu ihrem Wert. Die einen meinen, die Formulierung solcher Grundsätze sei hemmend und im besten Falle nutzlos (vgl. Ruß-Mohl 2000:177). Bertrand, der sich mit ‚Media Accountability-Systems‘ befasst hat, schränkt dies jedoch auf bestimmte Kodizes ein (Bertrand 1997):

*„More seriously, codes are said to be lists of vague prohibitions and noble exhortations, detached from reality: the best illustration would be the press codes of the Soviet Union - or the old code of the National Association of Broadcasters in the US, neither of which had any relationship with media reality.“*

Die anderen sehen darin eine hilfreiche Handreichung zur Vermeidung von Konflikten und Hilfe bei der Lösung derselben. So sieht etwa der Soziologe Niklas Luhmann eine professionelle Ethik als Voraussetzung für die Unabhängigkeit des Journalismus, „die es den Journalisten ermöglicht, ihre Mühen als Dienst an der Öffentlichkeit zu verstehen, dies als Rechtfertigung von Autonomieansprüchen und als Grund für Interessensneutralität aufzufassen und dafür kritische Standards und professionellen Konsens zu institutionalisieren. (...) Sie bietet auch Ansatzpunkt für eine, wie immer utopische, Unabhängigkeit von den Wünschen des Publikums oder bestimmter Interessensgruppen“ (1996:189).

Laitila unterscheidet in ihrer Untersuchung sechs Hauptfunktionen der Kodizes:

- Verantwortung gegenüber dem Nutzer
- Verantwortung gegenüber Quellen und Informanten
- Verantwortung gegenüber dem Staat
- Verantwortung gegenüber dem Arbeitgeber
- Sicherung der professionellen Integrität des Journalisten
- Sicherung des Status und der Einigkeit innerhalb der Profession

Im Zentrum stehen dabei die Funktionen, die die Verantwortlichkeiten des Journalisten regeln: sie machen zwei Drittel der Prinzipien aus, wobei mit 40 Prozent der Verantwortlichkeit gegenüber den Nutzern der meiste Platz eingeräumt wird (Laitila 1995:535).

Die Zusammenstellung von Laitila zeigt, dass Verhaltenskodizes allen am Kommunikationsprozess Beteiligten, also Journalisten, Medienunternehmen und Nutzern, Richtlinien liefern, die am Entstehungsprozess Beteiligten auf bestimmte Verhaltensweisen festzulegen. Zusätzlich – und das war der Ausgangspunkt der Entwicklung von Verhaltenskodizes – bietet



er Journalisten die Möglichkeit, gegenüber dem Arbeitgeber die Arbeitsbedingungen einzufordern, die notwendig sind, um die Auflagen des Verhaltenskodex erfüllen zu können. Im Gegenzug bieten Verhaltenskodizes den im rechtlichen Sinne verantwortlichen Chefredakteuren und den Eigentümern der Medienunternehmen die Möglichkeit ihrerseits bestimmte Verhaltensweisen einzuklagen. Insgesamt enthalten Verhaltenskodizes Richtlinien zur

- Evaluierung der Handlungsweise von Journalisten;
- Evaluierung von Programmleistungen (z.B. den Nachrichtensendungen);
- Evaluierung von Organisationsformen (z.B. eine Redaktion, eine Recherchepraxis);
- Evaluierung eines Mediensystems hinsichtlich der Erfüllung der Basis- oder Primärfunktion. (Bucher 2003:21f.)

Damit sind sie „(Selbst-)Steuerungsressourcen“ mit dem Ziel „praktisches Handeln von und in Medienorganisationen zu formulieren, zu legitimieren (...) und medienbezogene Fragen zu thematisieren“ (Scholten-Reichlin/Jarren 2001:249). Das Recht stößt als Regelungssystem für Medien zunehmend an seine Grenzen; die individualethische Herangehensweise der Verhaltenskodizes kann dem individuellen Handeln des Journalisten eine moralische Dimension zuweisen (ebd. 250).

### *3.1 Zur theoretischen Begründung der Prinzipien*

Die Leitprinzipien eines Verhaltenskodex lassen sich auf theoretischer Ebene auf unterschiedliche Weise begründen. Bei einer auf den Ideen des deutschen Soziologen Niklas Luhmann basierenden systemtheoretischen Betrachtungsweise lassen sich Standards, Normen, Qualitätskriterien als Teil der Steuerungsinstanzen auffassen, die die Stabilität und Integration des Systems Journalismus sowie seine Abstimmung (...) mit anderen Systemen (Politik, Wirtschaft) sicherstellen (vgl. Bucher 2003). Eine andere theoretische Fundierung beruht auf den Kommunikationsmaximen des Sprachphilosophen H. P. Grice (1989). Ihm zufolge müssen für eine erfolgreiche Kommunikation – die Bereitschaft zur Kommunikation vorausgesetzt – vier Maximen erfüllt sein:

1. die Maxime der Quantität: Mache deinen Beitrag so informativ wie notwendig aber nicht informativer als nötig;
2. die Maxime der Qualität: Versuche nur Wahres zu sagen; sage nichts, was du für falsch hältst und sage nichts wofür du keine ausreichenden Belege hast;
3. die Maxime der Relevanz: Sei relevant! Mache deinen Beitrag so, dass er zum erreichten Kommunikationsstand passt und hinsichtlich anderer Beiträge kohärent ist.
4. die Maxime der Modalität: Mache deinen Beitrag verständlich, kurz, eindeutig und geordnet.

Diese vier Maximen lassen sich um zwei auf die Medienkommunikation bezogene Maximen ergänzen: die Maxime der Aktualität und die Maxime der binnen- und außenpluralen

Vielfalt (Bucher 2003:22f.). Alle genannten Maximen werden von den an der Kommunikation Beteiligten implizit unterstellt, sie sind also für die Medienkommunikation konstitutiv:

*„Normen, Prinzipien, Qualitätsstandards werden genau dann thematisiert, wenn es zu Verstößen kommt und fungieren deshalb als ‚Reflexionsstopp‘ (...) Der Ansatz von Grice liefert eine Erklärung, wie die Selbststeuerung des Systems Kommunikation funktioniert: Sie funktioniert insofern, als alle Kommunikationsteilnehmer auf das genannte Set von Maximen festgelegt sind, die für Kommunikation konstitutiv ist. Durch die Einhaltung der Maximen aber auch durch die Kritik an Verstößen gegen sie, signalisieren sich die Kommunikationsteilnehmer wechselseitig deren generelle Verbindlichkeit und sichern so die Aufrechterhaltung der kommunikativen Ordnung. (...) Der Begriff der Kommunikation ist ohne diese Maximen nicht sinnvoll verwendbar. Kommunikation bricht zusammen, wenn die Maximen außer Kraft gesetzt werden, wenn also systematisch gegen sie verstoßen wird.“ (Bucher 2003:23).*

Die Qualität von Medienbeiträgen ist ein Beobachterkonstrukt, beispielsweise unterscheiden sich die Perspektiven und damit die Qualitätsvorstellungen von Medienmachern und Rezipienten (vgl. Bucher 2003:12). Während die einen vielleicht auf die technische Tonqualität achten, nehmen andere eher die Qualitäten eines Moderators im Umgang mit seinen Hörern wahr. Deshalb gilt auch:

*„Der soziale Abgleich zwischen den verschiedenen Beobachterperspektiven ist nur kommunikativ zu erzielen. Darin liegt auch der Sinn von Qualitätsdebatten und öffentlich geäußelter Medienkritik. Beides dient der normativen Selbstvergewisserung einer Mediengesellschaft.“ (Bucher 2003:12)*

Einwände gegen eine Berichterstattung, also Medienkritik, kann sich auf ganz unterschiedliche Aspekte eines Medienbeitrags beziehen: etwa seine Sprache und verwendete Bilder, auf die im Beitrag geäußerten Ansichten, auf Folgen in der Gesellschaft, Folgen für die im Beitrag thematisierten oder für bei der Recherche befragte Personen (vgl. Bucher 2003:13). Eine Aufgabe der Verhaltenskodizes ist die Klärung der verschiedenen Bezugsaspekte der Medienkommunikation und das Problematisieren der Zusammenhänge zwischen Berichterstattung und ihren Folgen sowie – wo möglich – deren Hierarchisierung.

Verhaltenskodizes haben ihre Funktion nicht nur darin, Richtlinien für Journalisten und Orientierungshilfen für die Evaluierung von Medienprodukten bereitzuhalten. Indem sie Evaluierungsrichtlinien bereitstellen sind sie genauso ein Mittel zur Qualitätssicherung innerhalb von Medienunternehmen. Qualitätsmanagement spielt bei Medien eine besondere Rolle, weil sie auf das Vertrauen ihrer Nutzer angewiesen sind:

*„Über die Qualität medialer Inhalte lässt sich nicht vorab urteilen; die im Geschäftsleben üblichen Sicherheiten durch Gewährleistungen und die Möglichkeit zur Preisminderung oder Rückgabe bei Nichtgefallen werden von keinem Medienanbieter gewährt. Insofern muss sich ein Medienanbieter einen Vertrauensvorschuss erwerben.“ (Barth im Druck)*

Eine unterstützende Funktion im Qualitätsmanagement können Verhaltenskodizes vor allem dann übernehmen, wenn darin nicht nur Verbote und Restriktionen, sondern auch Vorschriften enthalten sind (vgl. Bertrand 1997:9). Vor allem Medienanbieter mit hohen Qualitätsansprüchen nutzen die Möglichkeit, ihre Mitarbeiter auf derartige Codes öffentlich zu verpflichten. Beispiele sind etwa der „Ethical Journalism“ genannte „Code of Conduct for the News and Editorial Departments“ der New York Times oder der „Producer’s Guide“ der BBC, dessen Zielrichtung sich bereits im Namen zeigt. Sie geben auf zwischen 50 (New York Times) beziehungsweise 350 Seiten (BBC) den Journalisten Verhaltenshinweise. Die Regelungen reichen dabei vom Wertpapierbesitz und -handel, den Umgang mit politischen Ämtern bis zu Vortragstätigkeiten von Redaktionsmitgliedern oder dem Umgang mit Tieren.

Der im Mai aufgedeckte Fälschungsskandal bei der New York Times, bei dem der Journalist Jayson Blair zahlreiche Berichte gefälscht oder mit falschen Zitaten versehen hat (New York Times v. 11.5.2003) zeigt, dass ein Verhaltenskodex an sich Schutz vor Verstößen nicht bieten kann. Zwei Dinge lassen sich an diesem Beispiel demonstrieren. Erstens: Journalistische Qualität braucht Strukturen zur Qualitätssicherung. Und zweitens: Verstöße sind als solche überhaupt nur identifizierbar und auch sanktionierbar, wenn ein verbindlicher Code vorliegt.

Eine zentrale Rolle für die Selbststeuerung des Systems Journalismus spielt für Ruß-Mohl der Medienjournalismus: „Wenn der Medienjournalismus funktioniert, ist er so etwas wie die ‚fünfte Gewalt‘, welche die vierte beaufsichtigt.“ (2000:179) Dabei zielt Medienkritik in zwei Richtungen, beide unter Anwendung der Prinzipien journalistischer Qualität:

*„Sie analysiert den Einzelfall im Hinblick auf verletzte Prinzipien und sie thematisiert die entsprechenden Prinzipien hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit auf den vorliegenden Einzelfall.“ (Bucher 2003:23)*

Allerdings ist Medienjournalismus auch ein Journalismus unter „erschweren Bedingungen“ (Ruß-Mohl 2000:179), insbesondere vor dem Hintergrund zunehmender Medienkonzentration. Medienunternehmen sehen sich nicht gerne in den Medien. Beispielhaft kann man dafür die Verurteilung des Medienjournalismus durch den Verleger Dieter von Holtzbrinck sehen. Andererseits ist Holtzbrincks Unternehmen auch ein positives Beispiel für die Möglichkeiten des Medienjournalismus und der Medienkritik. Die Fusion des Tagesspiegel mit der Berliner Zeitung wäre vermutlich längst vollzogen, hätte nicht die Medienberichterstattung darüber schnelle Entscheidungen unter Ausschluss der Öffentlichkeit unmöglich gemacht.

Entscheidend für die praktische Relevanz von Verhaltenskodizes sind die Sanktionen, die mit Verstößen gegen die Richtlinien verbunden sind. Dies ist eine häufige Schwachstelle, weil die wenigsten Verhaltenskodizes einen ausreichenden Verpflichtungscharakter haben. Viele Systeme operieren mit öffentlichen Rügen und Veröffentlichungspflichten von Richtigstellungen, die wenig öffentlichkeitsrelevant sind. Das wird am Falle des Deutschen Presserates

und den regelmäßig von ihm – beispielsweise an die BILD-Zeitung erteilten Rügen deutlich. Offenbar ist sie entweder - die Rügen billigend in Kauf nehmend - unwillig oder unfähig, die eigene Berichterstattung so zu gestalten, dass die Richtlinien des Presserats eingehalten werden. Die steigende Anzahl der beim deutschen Presserat eingehenden Anfragen sowie die ebenfalls zunehmende Zahl der erteilten Rügen und Mißbilligungen (vgl. Abbildung 3) verweist jedenfalls auf eine steigende Relevanz der Verhaltenskodizes.

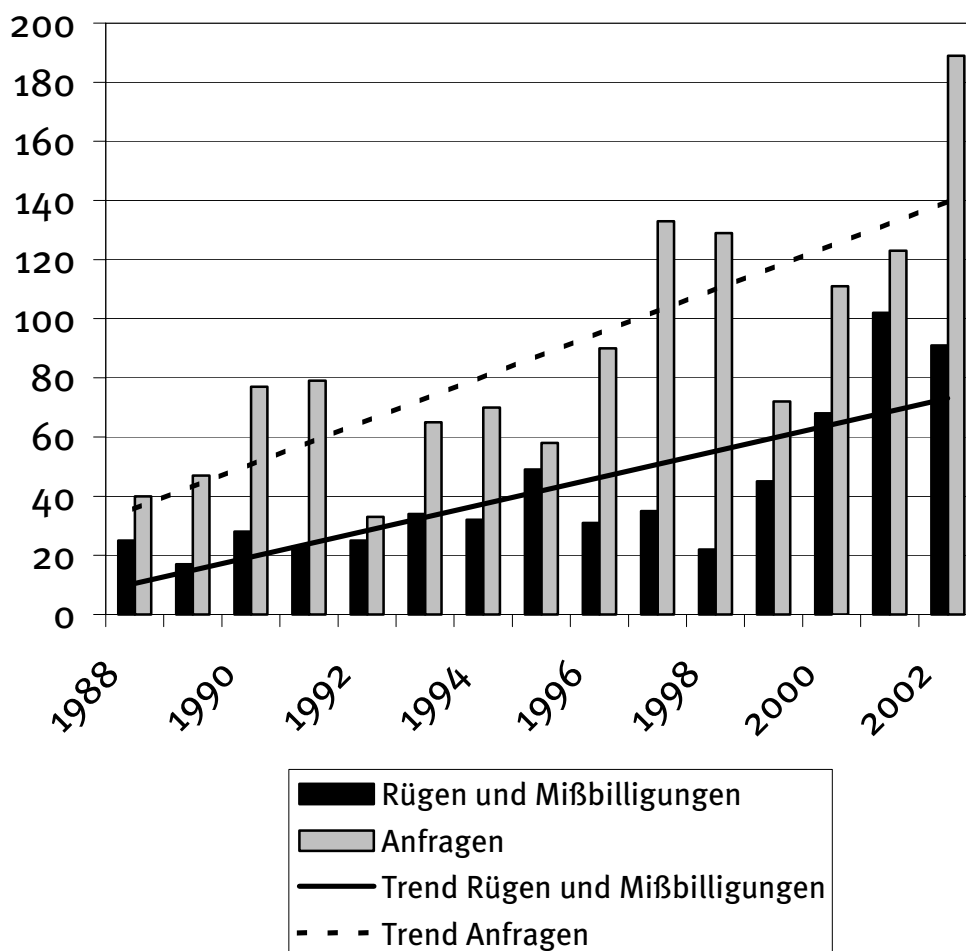


Abbildung 3: Anfragen an den Deutschen Presserat sowie erteilte Rügen und Mißbilligungen

Hilfreich bei der Durchsetzung der Richtlinien eines Verhaltenskodexes sind möglicherweise „Sentencing Guidelines“, wie sie Kaiser-Rumstadt/Ruß-Mohl beschreiben. Sie sehen die Möglichkeit einer Strafmilderung vor, wenn Infrastrukturen zur Qualitätssicherung vorhanden sind. Allerdings sind solche Richtlinien im Medienbereich noch nicht umgesetzt. (vgl. Kaiser-Rumstadt/Ruß-Mohl 2000:258f.)

#### 4. Rechtsvorschriften zu luxemburgischen Programmen

An die luxemburgischen Medien werden in unterschiedlichen Rechtsdokumenten Anforderungen an die Programme und ihre Ausgestaltung gelegt. Es sind dies:

- das luxemburgische Gesetz über elektronische Medien von 1991
- das luxemburgische Pressegesetz
- die Cahier des Charges für RTL und 100,7

Diese medienrechtlichen Vorschriften und Verträge stellen die Rahmenbedingung für einen Verhaltenskodex. Im Falle von RTL gibt es für Hörfunk und Fernsehen unterschiedliche Pflichtenhefte. Diese gattungsspezifische Aufteilung verweist auf die Relevanz der medienspezifischen Eigenschaften für die Evaluierung von Medien (vgl. dazu auch Bucher/Barth 2003).

##### 4.1. Regelungen zum Fernsehen

Das Pflichtenheft für RTL Fernsehen macht dem Programm verschiedene Auflagen bei der Programmgestaltung. Es muss Information, Servicesendungen und Unterhaltung bieten und sich an die breite Bevölkerung („au public résident le plus large possible“) richten. So werden unter anderem folgende Programmgrundsätze festgelegt:

- Förderung der Kultur und Kunst
- Die Berichterstattung muss unparteilich und objektiv erfolgen, eine Vielfalt an Meinungen widerspiegeln und von Informationsfreiheit geprägt sein. Ein besonderer Schwerpunkt soll in der Berichterstattung zu sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und politischen Themen (Problemen) liegen. Die Berichterstattung soll außerdem die Entwicklung eines kritischen und verantwortungsvollen Bürgers fördern.
- Das Programm muss von Qualität sein, Kultur, Information und Unterhaltung bieten sowie die „intellektuellen und moralischen Empfindlichkeiten des Publikums“ respektieren.

Das Cahier des Charges enthält auch Bestimmungen zur inneren und nationalen Sicherheit, zu internationalen Beziehungen, zum Diskriminierungsverbot, zum Jugendschutz, zur Werbung und zur Programmkennzeichnung. Sanktionsmöglichkeiten bestehen im vollständigen oder teilweisen Lizenzentzug. Zu den im Lastenheft genannten Pflichten gehört auch die Aufbewahrungspflicht des gesendeten Programms, das in seiner Gesamtheit für einen Monat aufbewahrt werden muss. Diese Aufbewahrungsverpflichtung ist gerade bei Funkmedien zentral für die Prüfung von Einwänden gegen die Berichterstattung.

Das Lastenheft schreibt weiter vor, im Rahmen der zu leistenden Grundversorgung durch RTL Luxemburg (Fernsehen) bestimmte Programmelemente aus den Bereichen Information, Kultur, Sport anzubieten. Weiter sind Sendungen zu Belangen der Ausländer und zu besonderen Ereignissen auszustrahlen. Die Regierung behält sich darüber hinaus ein Senderecht für

Belange der inneren Sicherheit sowie während des Wahlkampfs vor; sie kann außerdem in Abstimmung mit RTL auf eigene Rechnung Sendungen ins Programm nehmen.

#### *4.2 Regelungen zum Hörfunk*

Die Bestimmungen im Lastenheft zu RTL Radio Lëtzebuerg sind gegenüber denjenigen des Fernsehprogramms nur an wenigen Stellen geändert. So wird etwa Musik als verpflichtender Programmbestandteil vorgeschrieben; es muss mindestens die prime time – im Hörfunk der Morgen – bedient werden. Die Berichterstattung muss sich mit den für Luxemburg relevanten Themen auf lokaler, regionaler, nationaler, europäischer und internationaler Ebene beschäftigen sowie bei der Auswahl der dargestellten Ereignisse und Ideen binnenplural sein.

Wesentlich ausführlicher sind die Regelungen für das Programm von 100,7 (De soziokulturelle Radio). Basierend auf den selben Grundanforderungen wie RTL sieht das Lastenheft neben den generellen Genres Information, Kultur und Unterhaltung insbesondere die Berücksichtigung der kulturellen Identität Luxemburgs vor. Dazu gehören die luxemburgische Sprache, die Nationalgeschichte sowie die Beziehungen zu benachbarten Regionen. Bei der Gestaltung des Informationsangebots ist ein Integrationsauftrag für bestimmte Zielgruppen, etwa Ältere, Behinderte, Minderheiten, zu berücksichtigen. Weitere Anforderungen an das Programm sind die Berücksichtigung verschiedener kultureller und intellektueller Strömungen, die Schärfung eines kritischen Bewusstseins gegenüber gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen sowie ein gezielter Bildungsauftrag. Auch 100,7 ist in vergleichbarer Weise wie RTL einem Meinungspluralismus verpflichtet und muss einen Teil der Sendezeit luxemburgischen Organisationen aus den Bereichen Soziales und Kultur zur Verfügung stellen. Auf Verlangen der Regierung sind Schulfunksendungen, Bildungssendungen für Erwachsene und Sendungen zu Themen von besonderer nationaler Bedeutung ins Programm zu nehmen. 100,7 ist qua Lastenheft werbefrei.

Mit den in den Lastenheften formulierten Auflagen für RTL und 100,7 soll der öffentlich-rechtliche Charakter der beiden Programmangebote sichergestellt werden – für 100,7 in stärkerem, für RTL in etwas schwächerem Maße. Es handelt sich dabei um Rahmenbedingungen, die wenig Aussagen über die konkrete Gestaltung der Beiträge enthalten. Die Evaluierungskriterien sind sehr allgemein gehalten, so dass eine Überprüfung der Auflagen nicht immer ganz einfach ist.

## **5. Entwurf eines Verhaltenskodex für die Funkmedien des Großherzogtums Luxemburg**

Regelungsbedarf ergibt sich auf verschiedenen Ebenen. An Unterhaltungsbeiträge oder Musik – beides vom Staat ausdrücklich vorgesehene Programmelemente – sind andere Anforderungen zu stellen als an von Journalisten recherchierte und präsentierte Informationsbeiträge. Ein weiteres Feld mit Regelungsbedarf ist die Werbung, der Jugendschutz und die Persönlichkeitsrechte.

### Übersicht

1. Präambel
2. Definitionen
3. Programmgrundsätze und Programmgestaltung
  - a. Trennungsnorm Werbung
  - b. Jugendschutz
  - c. Persönlichkeitsrechte
4. Programmproduktion
  - a. Informationsbeschaffung
  - b. Richtigstellungen
  - c. Unabhängigkeit d. Journalisten
  - d. Wahlberichterstattung
  - e. Gerichtsberichterstattung
  - f. Infrastrukturen

### Präambel: Die Aufgaben der Medien

#### § 1

Medien nehmen für die Öffentlichkeit verschiedene Aufgaben wahr.

(1) Sie tragen durch ihre Berichterstattung zur Schaffung von Öffentlichkeit bei,

- im Bereich der politischen Willensbildung,
- im Bereich der Ausübung von politischen Aufgaben,
- im Bereich der Exekutive, der Legislative sowie der Judikative,
- im Bereich gesellschaftlicher Entwicklungsprozesse;
- im Bereich des Kulturschaffens;

damit ermöglichen sie den Bürgern das Beobachten der eigenen Gesellschaft.

Durch Darstellung unterschiedlicher Auffassungen zu gesellschaftlich relevanter Themen ermöglichen Sie dem Bürger den Abgleich der eigenen Meinung mit der Meinung anderer sowie das Erkennen einer öffentlichen Meinung.

(2) Neben den in Abs. 1 genannten Informationsaufgaben übernehmen die Medien weitere Aufgaben, etwa im Bereich der Unterhaltung.

## § 2

Aufgrund ihrer Aufgabe und Funktionen bedarf die Medienkommunikation besonderer Verantwortung und Sorgfalt.

## § 3

Die nachfolgende Prinzipsammlung stellt eine Orientierungshilfe dar. Weder kann davon ausgegangen werden, dass die angegebenen Verhaltensempfehlungen in allen denkbaren Situationen die angemessensten darstellen noch kann sichergestellt werden, dass jeder Fall eines Konflikts durch die nachstehenden Regelungen abgedeckt ist. In seltenen Fällen mag der bewusste Verstoß gegen einzelne Prinzipien die ethisch eher zu rechtfertigende Verhaltensweise sein als das blinde Festhalten an den formulierten Prinzipien.

## § 4 Realitätsbezug

Die Realität kann in ihrer gesamten Komplexität nicht in einzelnen Medienbeiträgen oder Programmen dargestellt werden. In der Sichtweise des Journalismus hat dementsprechend in den letzten Jahren ein Paradigmenwechsel von einer Widerspiegelungs- zu einer Konstruktionsauffassung stattgefunden: Die Aufgabe des Informationsjournalismus wird nicht mehr in der Abbildung der Realität gesehen, sondern in der Anwendung angemessener Recherche- und Darstellungsverfahren zur (Re)-Konstruktion entsprechenden Sachverhalte und Ereignisse.

## § 5 Künftige Anpassungen

Diese Vorschläge einer Prinzipsammlung sind kein statisches Produkt. Sie bedürfen der ständigen Anpassung an sich ändernde Rechtsverhältnisse, an grundlegende Veränderungen in der Medienlandschaft und im Journalismus sowie an gesellschaftliche Entwicklungen. Auch müssen die in diesem Dokument vertretenen Sichtweisen immer wieder kritisch betrachtet und diskutiert werden, jedoch nicht vor dem Hintergrund der Notwendigkeit der Regelung sondern von der Richtigkeit des dahinterstehenden Prinzips.



## Erläuterungen

Zu (3) Das gilt beispielsweise im Falle der Vereinfachung wissenschaftlicher Forschungsergebnisse aus der Medizin, um dadurch eine größere Verständlichkeit zu erreichen – auch wenn gegen das Prinzip der Genauigkeit verstoßen wurde.

Zu (4). „Journalismus ist keine Vermittlungsinstanz zu einer Realität an sich, sondern was als Realität zählt, wird durch Journalismus konstituiert. (...) Als Gegenstand der Evaluierung journalistischer Leistungen gilt nicht mehr der Übereinstimmungsgrad mit einer objektiv gegebenen Realität, sondern die Qualität der Prozesse und Verfahren, mit denen Medienrealitäten erzeugt werden.“ (Bucher 2003:19)

Zu (5). Sinnvoll ist die Institutionalisierung von Berichten und Diskussionsprozessen. So könnten etwa jährliche Berichte zu Verstößen, Konfliktfällen oder „best practice“-Modellen einen Diskussionsprozess anregen, an dem die Journalisten und die interessierte Öffentlichkeit teilnehmen können.

## Definitionen

Medienbeiträge: Jegliche medial vermittelte Beiträge, unabhängig von Thema, Gehalt, Präsentationsform

Programmangebote: jegliche Zusammenstellung von Medienbeiträgen, die unter einer spezifischen Kennzeichnung von einem oder mehreren Anbietern verbreitet werden (i.e. Radio- oder Fernsehprogramme, Druckwerke, Websites). Programmangebote bestehen je nach Medientyp aus Sendungen und/oder Programmbeiträgen, aus Ausgaben, Seiten und Beiträgen.

Journalist: journalistisch tätige Mitarbeiter/-innen, inkl. freier Mitarbeiter/-innen und der leitenden Funktionen (Chefredakteur, Chef vom Dienst)

„Schleichwerbung“: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marke oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Medienanbieter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zwecks dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

„Sponsoring“: jeder Beitrag eines nicht im Bereich der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmens zur Finanzierung von Medienan-

geboten mit dem Ziel, seinen Namen, seine Marke, sein Erscheinungsbild, seine Tätigkeit oder seine Leistungen zu fördern.

## Programmgrundsätze und Programmgestaltung

### § 6 Wahrheitspflicht, Kennzeichnungspflichten

(1) Ereignisse und Informationen müssen umfassend, sachgerecht und wahrheitsgemäß dargestellt werden. Die Vielfalt der Ereignisse und Ansichten muss angemessen zum Ausdruck kommen. Herkunft und Inhalt der Informationen sind sorgfältig zu prüfen. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift, Bildbeschriftung oder Anordnung weder entstellt noch verfälscht werden. Dokumente müssen sinngetreu wiedergegeben werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen.

(2) Die Berichterstattung soll alle notwendigen Informationen enthalten, die zur Meinungsbildung, insbesondere vor Wahlen, notwendig sind. Das Zurückhalten von offenkundig wesentlichen Informationen zur Meinungs- und Willensbildung ist nicht zulässig.

(3) Die Präsentation der Information muss allgemein verständlich sein. Sie soll die jeweiligen medialen Darstellungsmöglichkeiten für die optimale Aufbereitung der Informationen nutzen.

(4) In der Berichterstattung sind – soweit nicht gewichtige Gründe dagegen sprechen – die Informationsquellen transparent zu machen. Soweit Pressemitteilungen von Behörden, Parteien, Verbänden, Vereinen oder anderen Interessensvertretungen veröffentlicht werden, ohne von der Redaktion bearbeitet zu sein, ist dies kenntlich zu machen.

(5) Die Präsentation eigener Meinungen ist kenntlich zu machen.

#### Erläuterungen

- (1) Wahrheitspflicht und Binnenpluralität sind bereits in den Mediengesetzen verankert. Die Beachtung der Wahrheitspflicht lässt sich bereits auf kommunikationstheoretischer Ebene als entscheidende Vorbedingung für erfolgreiche Medienkommunikation erkennen (vgl. Punkt 3.1). Das Gebot der Binnenpluralität an Sichtweisen und Meinungen insbesondere bei Medien mit öffentlichen Aufgaben ist ein Aspekt der Qualitätssicherung, weil nur so die Glaubwürdigkeit des Programmangebots gewahrt werden kann. Die sorgfältige Prüfung von Informationen (Recherche und Gegenrecherche) sichert die Medien gegenüber dem Vorwurf sich für Interessen Einzelner instrumentieren zu lassen und vor Schadensersatzforderungen (vgl. Haller 2000). Kann nicht (mehr) bestimmt werden, was wahr ist, muss dies kenntlich gemacht werden (wie etwa bei der Berichterstattung über den mutmaßlichen Selbstmord Jürgen Möllemanns).

Bestimmte Verfahren schützen den Journalisten vor Vorwürfen mangelnder Objektivität: Zitate, distanzierende Formulierungen etc. (vgl. Tuchmans Ausführungen zu „objectivity of ritual“ (1972).

- (2) Medien haben – insbesondere diejenigen mit öffentlich-rechtlichem Auftrag – besondere Aufgaben in der Demokratie: die Bürger mit den Informationen zu versorgen, die für die Wahrnehmung von Bürgerpflichten wie Wahlen, Teilnahme am Prozess der politischen Willensbildung notwendig sind.
- (3) Obgleich das Kriterium der Verständlichkeit in keinem der untersuchten Verhaltenskodizes als Kriterium geführt wird, ist es ein zentrales Kriterium für eine funktionierende Medienkommunikation (vgl. dazu die Ausführungen zu Grice in Abschnitt 3.1).
- (4) Zentraler Gedanke des Transparenzgebotes ist die Möglichkeit, die Berichterstattung anhand der verwendeten Quellen einzuordnen. Erst die Quellentransparenz erlaubt eine Bewertung der Informationsqualität. Sie ist gleichzeitig eine vertrauensbildende Maßnahme. Die Nennung von Quellen soll dann unterlassen werden, wenn dadurch das seelische oder körperliche Wohl der Quelle in Gefahr ist (Quellenschutz).
- (5) Die Kenntlichmachung von Meinungen bedeutet weder die Platzierung von Meinungsbeiträgen auf bestimmten Programmplätzen oder Zeitungsseiten noch eine Verpflichtung, Meinungen und Fakten jeweils in verschiedenen Beiträgen zu präsentieren. Entscheidend ist alleine, dass dem Nutzer deutlich wird, wo Meinung beginnt und aufhört.

## § 7 Wahrung der Menschenwürde

- (1) Die Programmangebote dürfen nicht
  - a. die Menschenwürde verletzen
  - b. Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht, sozialem Status, Nationalität, Ideologie oder ethnischer Zugehörigkeit enthalten
  - c. Religiöse oder politische Überzeugungen verletzen
  - d. Gewalt verherrlichen
  - e. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden
  - f. Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden
  - g. Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.
  
- (2) Die Darstellung von Gewalt muss dem Kontext angemessen sein.

### Erläuterungen

- (1) Zu b): Im Zusammenhang der Berichterstattung über Personen ist das Öffentlichmachen ihrer Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe nur dann statthaft, wenn dies für das Verständnis der Berichterstattung notwendig ist. Sinn dieser Regelung ist es erstens, schutzbedürftige Gruppen (Minderheiten) zu schützen. Zweitens soll dadurch verhindert werden, dass Angehörige der gleichen Gruppe Nachteile durch eventuell entstehende Vorurteile zu tragen haben. Insbesondere Nachahmer müssen vermieden werden. Zu d): Die Gefahr der Gewaltverherrlichung besteht wegen der Wirkung von Bildern vor allem im Fernsehen; einerseits in Form von Spielfilmen, andererseits in Form von Berichterstattung über kriegerische Ereignisse oder Straftaten. Deshalb ist die Darstellung aller Formen von Gewalt mit besonderer Sorgfalt abzuwägen. Insbesondere darf der Mensch nicht als bloßes Objekt der Gewalt dargestellt werden. Zu g): Insbesondere sind Darstellungen zu unterlassen, die Kinder zur leichtfertigen Nachahmung anregen könnten.
- (2) Bei der Darstellung von Gewalt ist jeweils das Nachahmungspotenzial zu berücksichtigen, das in den verschiedenen sozialen Schichten und Verhältnissen unterschiedlich ausgeprägt ist.

## § 8 Einschränkungen der Berichterstattung

- (1) Die Berichterstattung über Suizide ist unzulässig. Sie ist ausnahmsweise gestattet, sofern sie übergeordneten Informationsinteressen der Öffentlichkeit dient.
- (2) Die Berichterstattung zu Straftaten ist im Hinblick auf Nachahmungen auf das Notwendigste zu beschränken.

### Erläuterungen

- (1) Gegen die Berichterstattung von Suizidfällen sprechen zwei verschiedene Gründe: Erstens können Nachahmungstäter angeregt werden, zweitens stehen der Berichterstattung Persönlichkeitsrechte entgegen. Verschiedene Untersuchungen legen Zusammenhänge von Berichterstattung und Nachahmungstaten nahe (vgl. dazu auch Cohen-Almagor 2001:105ff. für eine ausführlichere Darstellung der Problematik). Übergeordnete Informationsinteressen liegen beispielsweise dann vor, wenn die Suizidrate in bestimmten Bevölkerungssegmenten überdurchschnittliche Werte annimmt oder Personen des öffentlichen Lebens Suizid begehen (siehe die Berichterstattung über den Selbstmord des brit. Irakexperten David Kelly).
- (2) Die Berichterstattung über eine Straftat, insbesondere Informationen über den Tatverlauf, kann potenzielle Nachahmungstäter anregen; deshalb ist die Berichterstattung so zu gestalten, dass sie Nachahmungstätern nicht dienlich ist.

## § 9 Werbung

- (1) Werbung, Shoppingangebote und andere im Auftrag von Dritten (also nicht redaktionell unabhängig) erstellte Angebote müssen als solche klar erkennbar sein und durch optische und/oder akustische Mittel eindeutig von anderen Programnteilen getrennt sein.
- (2) Beiträge und/oder Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, müssen diese Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Weise deutlich kenntlich machen.
- (3) Werbung und Werbetreibende dürfen das übrige Programm inhaltlich und redaktionell nicht beeinflussen.
- (4) Werbung politischer, weltanschaulicher oder religiöser Art ist unzulässig. Dies gilt für Teleshopping entsprechend.
- (5) In der Fernsehwerbung und beim Teleshopping im Fernsehen dürfen keine Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen oder Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen.
- (6) Schleichwerbung und entsprechende Praktiken sind unzulässig.
- (7) Die Einfügung virtueller Werbung in Sendungen ist zulässig, wenn am Anfang und am Ende der betreffenden Sendung darauf hingewiesen wird oder durch sie eine am Ort der Übertragung ohnehin bestehende Werbung ersetzt wird.
- (8) Der Tausch von Werbeschaltungen gegen redaktionelle Berichterstattung ist unzulässig.
- (9) Werbung unterliegt aufgrund der anzuwendenden Mediengesetze (hier: § 28 d. Mediengesetzes v. 1991) weiteren Beschränkungen. Diese sind zu beachten.

### Erläuterungen

- (1) Dem Nutzer eines Programmangebots muss an jeder Stelle klar sein, ob die Sendung in der Verantwortung des Medienunternehmens liegt und er an das Programm die Maßstäbe journalistischer Arbeit stellen kann oder ob es sich um einen Werbebeitrag handelt. Auch Mischformen, also von der Redaktion erstellte, aber von Dritten in Auftrag gegebene Beiträge/Sendungen müssen die Form der Zu-

- sammenarbeit transparent machen. Die Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung dient insbesondere dann der Glaubwürdigkeit des Medienangebots, wenn gegen Werbebeiträge Einwände erhoben werden, wie etwa gegen die Benetton-Werbung vor einigen Jahren oder kürzlich in Deutschland gezeigte Werbespots der Molkerei Müller, in denen die Akteure der Politik verunglimpft wurden<sup>2</sup>.
- (2) Für andere Werbeformen wie das Sponsoring, gilt die unter (1) gemachte Forderung ebenfalls, da diese Werbeformen gleichfalls die redaktionelle Unabhängigkeit tangieren.
  - (3) Eine Einflussnahme würde die Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit des Medienangebots nachhaltig beschädigen.
  - (4) –
  - (5) Würden die selben Personen sowohl als Journalisten als auch in Werbebeiträgen auftreten, könnte dies die Glaubwürdigkeit der Sendung beschädigen, weil die Unabhängigkeit des Journalisten nicht mehr gewährleistet wäre. (Vgl. die Diskussion um die Mitwirkung von Uli Wickert in einem Werbespot, z. B. taz v. 14.11.1995, S. 4).
  - (6) Schleichwerbung und ähnliche Praktiken untergraben die Unabhängigkeit und damit die Glaubwürdigkeit des Medienangebots.
  - (7) Durch die Hinweise bei virtueller Werbung haben die Zuschauer die Möglichkeit, sich darauf einzustellen, dass das übermittelte Bild nicht mit der Wahrnehmung vor Ort übereinstimmt.
  - (8) Die sogenannten Kopplungsgeschäfte, wo Werbebuchungen unter der Maßgabe vorgenommen werden, dass zusätzlich redaktionelle Berichterstattung unter Einbeziehung des beworbenen Produkts oder der beworbenen Dienstleistung erfolgt, untergraben die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit des Medienangebots. Die durch die Werbebuchung ausgelöste Berichterstattung ist nicht unabhängig. Der Zuschauer hat bei diesen Geschäften keine Chance, diese zu erkennen.
  - (9) Das Mediengesetz führt zahlreiche weitere Vorschriften auf, deren vollständige Wiedergabe hier redundant wäre.

---

<sup>2</sup> Vgl. dazu die Berichterstattung in der Netzeitung (<http://www.netzeitung.de/entertainment/people/248778.html>)



## § 10 Jugendschutz

- (1) Es dürfen Jugendlichen keine Medienangebote zugänglich gemacht werden, die die körperliche, geistige und sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können, insbesondere solche, die Pornographie oder grundlose Gewalttätigkeiten zeigen.
- (2) Programmangebote und ihre Medienbeiträge sollen keine direkten Appelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit zum eigenen Nachteil oder dem Nachteil anderer ausnutzen.
- (3) Medienbeiträge sollen nicht das besondere Vertrauen ausnutzen oder beschädigen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen haben.

### Erläuterungen

- (1) In den einschlägigen Mediengesetzen wird in der Regel zwischen der freien Ausstrahlung und der Ausstrahlung zu bestimmten Zeiten oder mit technischen Sicherungsmaßnahmen zum Schutze Jugendlicher unterschieden. Diese Unterscheidung soll hier mit der Formulierung ‚zugänglich machen‘ vermieden werden, d.h. sie kann entfallen, wenn mit hinreichender Sicherheit angenommen werden kann, dass Jugendliche keinen Zugriff auf das Angebot haben. Die EU-Fernsehrichtlinie führt bezogen auf Werbung verschiedene Spezifizierungen auf, die jedoch auch auf andere Bereiche übertragen werden kann. Wie die Debatte zu bestimmten Beiträgen zum Irakkrieg 2003 zeigt, kann sich auch im Zusammenhang mit Kriegsberichterstattung die Frage des Jugendschutzes stellen (vgl. dazu Rötzer 2003).
- (2) Kinder können aufgrund ihrer Unerfahrenheit zahlreiche Gefahrenpotenziale nicht richtig einschätzen; deshalb ist bei direkten Appellen an Kinder besondere Umsicht geboten.
- (3) Die von der EU auf Werbung bezogene Richtlinie muss sich in der gleichen Weise auf Berichterstattung beziehen. Das Ausnutzen oder Beschädigen des besonderen Verhältnisses von Kindern zu ihren Eltern, Lehrern und anderen Vertrauenspersonen würde die Kinder schädigen.

## § 11 Persönlichkeitsrechte

- (1) Menschen haben ein Recht am eigenen Bild. Bilder dürfen nicht ohne Zustimmung der betreffenden Personen veröffentlicht werden. Eine Veröffentlichung ohne Zustimmung ist ausnahmsweise zulässig, sofern ein übergeordnetes Informationsinteresse der Öffentlichkeit besteht. Die Notwendigkeit zur Zustimmung entfällt, sofern a) Bilder in der Öffentlichkeit entstanden sind und die abgebildeten Personen zufällig als anonyme Mitglieder der Gesellschaft abgebildet oder b) selbst Personen des öffentlichen Lebens sind und als solche in der Öffentlichkeit auftreten. (ITV-Code) Das Recht am Bild gilt über den Tod hinaus.
- (2) Die Programmangebote müssen Leben, Freiheit sowie körperliche und seelische Unversehrtheit achten.
- (3) Bei Kindern und anderen Personen, deren Einschätzungs- und Urteilsvermögen nicht voll ausgeprägt ist, gilt die in Abs. 1 und 2 genannte Einschränkung in besonderem Maße.
- (4) Die Rechte der Persönlichkeit, insbesondere das Recht am Bild und dem eigenen Wort, die Ehre und Reputation sind zu wahren. Die Berücksichtigung der privaten Lebenssphäre in der Berichterstattung ohne Einwilligung des Betroffenen ist nur zulässig, sofern sie unumgänglich ist und übergeordneten Informationsinteressen der Öffentlichkeit dient.
- (5) Opfer von Straftaten, Unglücksfällen und Katastrophen verdienen besonderen Schutz der Privatsphäre. Es sind ausreichende Maßnahmen zu treffen, Identität, ethnische Zugehörigkeit und weitere persönliche Informationen der Opfer zu verschleiern, sofern nicht übergeordnete Interessen der Öffentlichkeit dagegen sprechen. Dies gilt insbesondere für Kinder und Jugendliche, Opfer sexueller Gewalt, traumatisierte Opfer und Opfer mit entstellenden Verletzungen.
- (6) Für Straftäter gilt bis zur gerichtlichen Verurteilung die Unschuldsvermutung, auch im Fall eines Geständnisses. Es sind ausreichende Maßnahmen zu treffen, Identität, ethnische Zugehörigkeit und weitere persönliche Informationen der Opfer zu verschleiern, sofern nicht übergeordnete Interessen der Öffentlichkeit dagegen sprechen. Dies gilt insbesondere für jugendliche Straftäter.

### Erläuterungen

- (1) Bei Entscheidungen zur Publikation von Bildern ist – insbesondere bei Unglücken und Todesfällen – auch die Situation der Angehörigen zu berücksichtigen. Streitfälle aus der Berichterstattung der letzten Monate sind: a) die Publikation von Bildern von Soldaten im Irakkrieg 2003, b) Bilder der getöteten Söhne Saddam Husseins. Ein etwas älteres Beispiel ist die Berichterstattung über einen Flugzeugab-

sturz über Meer, auf dem die Todesopfer für Verwandte anhand der Kleidung identifizierbar waren.

- (2) Während die körperliche Gesundheit unstrittig ist, sind die Implikationen für die seelische Gesundheit nicht so offenkundig. Vor allen Dingen Gewaltdarstellungen können seelische Krankheiten auslösen.
- (3) Kinder und Kranke (z. B. psychisch Kranke oder Altersdemente) sind in ihrer Urteilsfähigkeit teilweise eingeschränkt. Freigaben müssen deshalb vor diesem Hintergrund gesehen werden. Dies muss bei der Berichterstattung berücksichtigt werden.
- (4) Beleidigungen und Verleumdungen sind dem Journalismus nicht angemessen und untergraben die Glaubwürdigkeit des Medienangebots.
- (5) Durch die Verschleierung der Identität soll verhindert werden, dass Opfer von Straftaten ein weiteres Mal Opfer, Opfer der Berichterstattung, werden. Ist namentlich über ein noch nicht rechtskräftiges Urteil berichtet worden, gebietet im Falle einer Strafminderung oder eines Freispruchs die Fairness eine Berichterstattung darüber. Bei Jugendlichen ist mit Rücksicht auf die Zukunft der Betroffenen besondere Zurückhaltung zu üben.
- (6) Auch bei Straftätern gilt die im vorigen Satz deutlich gemachte besondere Zurückhaltung bei jugendlichen Straftätern.

## § 12 Informationsbeschaffung

- (1) Die Zahlung von Honoraren als Gegenleistung für Informationen („Scheckbuchjournalismus“) ist nur in Ausnahmefällen zulässig. Es ist sicherzustellen, dass die Informationen nicht anders zu erhalten sind sowie Art und Qualität der Informationen vom Informanten nicht aufgrund der Zahlung verändert wird. Die auf diesem Wege erhaltenen Informationen sind besonders sorgfältig auf Plausibilität und ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen. Diese Art der Informationsbeschaffung ist sofern irgend möglich transparent zu machen.
- (2) Bei der Beschaffung von Informationen dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden. Eine verdeckte Recherche ist dann gerechtfertigt, wenn damit Informationen von besonderem öffentlichen Interesse beschafft werden, die anders nicht zu beschaffen sind.
- (3) Bei der Beschaffung von Informationen ist die Ausnutzung von Situationen außergewöhnlicher Belastung zur Recherche unzulässig. Insbesondere sind die Wirkungen der Recherche bei Befragten zu berücksichtigen. Dies gilt insbesondere für die Befragung von Kindern, Trauernden sowie missbrauchten oder unter Schock stehenden Personen.
- (4) Die Autonomie über private Informationen liegt bei jedem einzelnen Individuum. Informationen aus der Privatsphäre dürfen – auch wenn sie von den Betroffenen selbst stammen - nur insoweit für die Berichterstattung verwendet werden als dies von übergeordnetem Interesse ist oder die betroffene Person offenkundig der möglichen Konsequenzen der medialen Verbreitung dieser Informationen gewärtig ist.
- (5) Bei Gefahr für Leib und Leben von am Ereignis Beteiligten haben Sicherungs- und Rettungsmaßnahmen der Einsatzkräfte Vorrang vor dem Informationsanspruch der Öffentlichkeit.
- (6) Bei Interviews ist dem Interviewten der Einsatzzweck transparent zu machen. Veränderungen gegenüber dem gesprochenen Wort müssen vom Interviewten autorisiert werden.
- (7) Pressemitteilungen, die unbearbeitet publiziert werden, sind als solche kenntlich zu machen.

### Erläuterungen

- (1) Die Gefahr, aufgrund der Honorare Aussagen mit eingeschränktem Wahrheitsgehalt zu erkaufen ist zu groß. Schön illustrieren lässt sich dies anhand der Berichterstattung über die Entführung von Schülern an einer Schule in Waiblingen (Baden-Württemberg). Dort wurde nach der Tat versucht herauszufinden, warum Journalisten zu einem ganz anderen Täterprofil kamen als die Polizei. Die Medien stellten

den Täter als waffennärrischen, aggressiven Einzelgänger mit vergleichbarem Profil wie der Täter des Schulmassakers in Erfurt dar; die Polizei hingegen hatte anderslautende Erkenntnisse. Die Recherche ergab, dass sich Mitschüler durch die angebotenen Informationshonorare, die teils das 10fache des monatlichen Taschengelds erreichten, zu falschen Aussagen hinreißen ließen. Die Frage der Zulässigkeit bestimmter Recherchemethoden wird international unterschiedlich beurteilt. Während das Bezahlen für vertrauliche Informationen unter britischen Journalisten mehrheitlich für zulässig gehalten wird, befürwortet beispielsweise nur ein knappes Drittel der deutschen Journalisten dies als zulässige Recherchemethode, von den amerikanischen Journalisten nur 20 Prozent (vgl. Esser 1999:302).

- (2) Recherchemethoden werden in verschiedenen Ländern unterschiedlich bewertet. Ein gerade für Luxemburg interessantes Beispiel: Während das Unter-Druck-Setzen von Informanten in Deutschland nur von 12 Prozent der Journalisten für eine zulässige Methode gehalten wird, Informationen zu erhalten, sehen französische Journalisten dies zu 82 Prozent als zulässige Methode an (vgl. Weaver 1998:471).
- (3) Gerade in seelischen Stresssituationen sind Menschen eher bereit, bestimmte Auskünfte zu geben – oft auch in der Erwartung, dann in Ruhe gelassen zu werden. Diese Situationen dürfen von Journalisten nicht zur Informationsbeschaffung ausgenutzt werden.
- (4) Insbesondere in bestimmten Fernsehsendungen, aber auch in anderen Situationen, geben Personen Informationen aus ihrem Privatleben preis. Eine Verwendung dieser Informationen in der Berichterstattung ist unzulässig, wenn davon auszugehen ist, dass die Betroffenen die Auswirkungen der Berichterstattung auf ihr Privatleben selbst nicht einschätzen können.
- (5) -
- (6) Auf die Autorisierung des Wortlauts kann ausnahmsweise verzichtet werden, wenn dem Interviewten klar ist, dass die Äußerungen zur wörtlichen oder sinngemäßen Publikation gedacht sind.

**§ 13 Richtigstellungen**

- (1) Fehler in der Berichterstattung sind unverzüglich, spätestens jedoch in der nächsterreichbaren Ausgabe zu korrigieren.
- (2) Von der Berichterstattung Betroffene haben unabhängig vom Wahrheitsgehalt ihrer Einlassungen ein Recht auf Gegendarstellung zu Sachaussagen. Die Gegendarstellung darf nicht kommentiert werden. Zulässig sind Angaben, ob die Redaktion bei ihrer Darstellung bleibt oder Fehler einräumt.

## § 14 Journalistische Unabhängigkeit

- (1) Der Beruf des Journalisten und die Ausübung eines politischen Amtes schließen sich aus.
- (2) Der Besitz von Aktien oder anderen Wertpapieren, die selbst oder deren ausgebende Unternehmen Gegenstand ihrer Berichterstattung sein können, gefährden die Unabhängigkeit des Journalisten. Vorhandene Wertpapierdepots sollten bei Übernahme einer entsprechenden Position einem Treuhänder übergeben werden.
- (3) Die Annahme von Einladungen zu Reisen, von Geschenken oder von anderen Vorteilen gefährdet die Unabhängigkeit von Journalisten.

### Erläuterungen

- (1) Der Verhaltenskodex der New York Times formuliert es sehr direkt: „Journalists have no place on the playing fields of politics.“ (§ 62). Durch die Ausübung eines politischen Amtes untergräbt ein Journalist seine Neutralität, da für das Publikum nicht mehr transparent zu machen ist, in welcher Funktion der Betreffende in den Medien spricht. Insofern muss ein Journalist seine berufliche Tätigkeit (oder zumindest den öffentlichkeitswirksamen Teil) während der Ausübung eines politischen Amtes ruhen lassen.
- (2) Der Besitz von Wertpapieren gefährdet gerade in der Wirtschaftsberichterstattung die Unabhängigkeit des Journalisten. Viele Wirtschaftspublikationen machen ihren Redakteuren Auflagen zum Besitz von Wertpapieren (vgl. Gaube 2003 oder die „Regelung zur Wahrung der publizistischen Unabhängigkeit“ des Handelsblattes).
- (3) Reisen sollten – wie es der Kodex verschiedener Medien fordert – vom Medienunternehmen selbst bezahlt werden, um die Unabhängigkeit zu gewähren. Nicht zurückweisbare Geschenke an Journalisten sollten dem Chefredakteur übergeben werden, der sie einem karitativen Zweck zuführt (vgl. Kodex des Axel Springer-Verlags). Die Annahme von Journalistenrabatten und vergleichbaren Vorteilen gefährdet ebenfalls die Unabhängigkeit. Die Details sind in der Redaktion zu regeln, sollten aber nach außen transparent gemacht werden, damit der Druck auf die Journalisten, Geschenke oder Vergünstigungen annehmen zu müssen, von vornherein reduziert ist.

### § 15 Wahlberichterstattung

(1) Es entspricht journalistischer Fairness, im Wahlkampf auch über Parteien, Kandidaten oder Auffassungen zu berichten, die vom Journalisten oder dem Medienunternehmen nicht geteilt werden.

### § 16 Gerichtsberichterstattung

- (1) In Einklang mit der Rechtslage gilt während der Gerichtsverhandlung bis zur Verkündung des Urteils die Unschuldsvermutung.
- (2) Eine Kommentierung von Gerichtsurteilen ist nicht zulässig, es sei denn der Kommentar bezieht sich auf die Rechtssprechung an sich.

### § 17 Umfragen

- (1) Bei der Wiedergabe von Umfrageergebnissen ist anzugeben, ob sie repräsentativ sind und wie viele Personen befragt wurden (nach ZDF-Richtlinien).

### § 18 Infrastrukturen

Mediananbieter haben dafür Sorge zu tragen, dass die für die Umsetzung der vorgenannten Prinzipien notwendigen Ressourcen den redaktionellen Mitarbeitern zur Verfügung stehen. Dazu gehören auch geeignete Strukturen zur Qualitätssicherung.

#### Erläuterungen

Ausreichende Ressourcen sind die Grundvoraussetzung, um die formulierten Prinzipien auch umsetzen zu können. Fehlt den Journalisten bei der Erstellung ihrer Beiträge beispielsweise Zeit für die Prüfung von Informationen, hängt die Qualität der Berichterstattung vom Zufall ab. Vom Medienunternehmen ist durch Prozesse zur Qualitätssicherung und Ombudsleute sicherzustellen, dass die in diesem Verhaltenskodex verankerten Prinzipien im Medienunternehmen regelmäßig reflektiert werden und gleichzeitig Mechanismen bereitstehen, medienethische Fragen auch unter Aktualitätsdruck im Medienunternehmen selbst diskutieren zu können.



## 6. Empfehlungen

1. Publizistische Qualitätssicherung ist als ein Prozess zu verstehen, in dem verschiedene Sicherungsinstanzen zusammenspielen: die journalistische Ausbildung, die Journalistenweiterbildung, die redaktionelle Qualitätssicherung, die öffentliche Debatte über Medienbeiträge oder der Medienjournalismus. Eine Kodifizierung der Qualitätsstandards in einem Verhaltenskodex erfüllt in diesem Prozess eine Orientierungsfunktion. Der Kodex zeigt, welche Aspekte der Medienkommunikation unter publizistischen Gesichtspunkten problematisch werden können und was Maßstäbe sind, nach denen journalistische Leistungen beurteilt werden können. Verstöße gegen Qualitätsstandards kann aber kein Kodex verhindern. Er garantiert auch nicht, dass jeder Verstoß automatisch und für alle Beteiligten übereinstimmend diagnostizierbar wird. Der Kodex ist kein Diagnoseinstrument, sondern eine Hilfestellung für die Diskussion um publizistische Qualität. In diesem Sinne sollte er auch Eingang finden in die journalistische Aus- und Weiterbildung sowie in die inner-redaktionellen Qualitätsdebatten. Der vorgeschlagene Kodex selbst ist nicht als abgeschlossen zu betrachten. Die hohe Dynamik in der Entwicklung des Mediensystems bringt es mit sich, dass immer wieder neue Problemfelder entstehen, die nicht antizipierbar sind. So ist auch der Kodex des Deutschen Presserates immer wieder an neue Gegebenheiten angepasst worden, seien es Ausführungen zur Kriegsberichterstattung oder die Behandlung der ethnischen Zugehörigkeit in der Berichterstattung über Kriminalitätsfälle. Auch in diesem Sinne ist der hier vorgelegte Kodex als Vorschlag und Einstieg in die Sicherung der Qualität im luxemburgischen Rundfunk zu sehen.

2. Für den CNP bzw. seine Nachfolgeeinrichtung ergeben sich aus der prozessorientierten Qualitätssicherung drei Aufgaben: Er sollte erstens den Prozess der Qualitätssicherung moderieren, was beispielsweise durch Hearings, Veranstaltungen, Kongresse, round-table-Gespräche geleistet werden kann. Zweitens sollte, gegebenenfalls unter Anpassung der Rechtslage, ein Katalog von Sanktionen entwickelt werden, der entsprechend der Schwere des Verstosses und weiterer relevanter Faktoren (z. B. implementierte Qualitätssicherungsmaßnahmen) gegenüber den Medienunternehmen durchgesetzt werden kann. Und er sollte drittens dafür sorgen, dass eine kontinuierliche Überprüfung und Aktualisierung des Verhaltenskodex gewährleistet ist. Die Ausübung der Moderationsfunktion ist in zweifacher Weise dringend erforderlich: Erstens gibt es für Luxemburg derzeit keine publizistische Fachzeitschrift oder Media-Watch-Einrichtungen, in der regelmäßig Evaluierungs- und Qualitätsfragen behandelt werden. Zweitens werden die Medienunternehmen nach jetzigem Stand mit Inkrafttreten der Neufassung der „Loi sur la liberté d'expression dans les médias“ verpflichtet, Redaktionsrichtlinien zu schaffen und zu veröffentlichen. Eine Regulierungsbehörde bedarf allerdings zur Wahrnehmung ihrer Aufsichtspflichten sowohl der publizistischen als auch der wissenschaftlichen Unterstützung. Das gilt gleichermaßen für die Überprüfung von beanstandeten

Einzelfällen, der Modifikation des Kodex oder der Veränderung von Strukturen im Bereich der Zuständigkeiten.

3. Eine wesentliche Garantie für publizistische Qualität ist die Aus- und Weiterbildung der Medienschaffenden. Wie die Umfrage unter den Chefredakteuren und Verantwortlichen der verschiedenen luxemburgischen Medien ergeben hat, sehen dafür auch die Medienunternehmen und Verlage in Luxemburg einen deutlichen Bedarf. Für die Printmedien werden die derzeitigen Weiterbildungsangebote des Presserates als erster Ansatz anerkannt, die allerdings noch auszubauen wären. Das gilt sowohl für verschiedene journalistische Arbeitsfelder als auch für die spezifischen Anforderungen an journalistische Kompetenz in Luxemburg. Insbesondere die Ansprüche an die Sprachkompetenz – die Beherrschung des Deutschen, des Luxemburgischen und des Französischen – müssten in einem luxemburgischen Konzept der publizistischen Aus- und Weiterbildung aufgegriffen werden.

4. Ein qualitätssichernder Ansporn kann die Auslobung eines Journalistenpreises sein, der beispielsweise zweijährig außergewöhnlich gute Beiträge prämiert. Dabei können Preise nach unterschiedlichen Kategorien ausgelobt werden: besonders gute Recherche, außergewöhnliche Informationsaufbereitung oder innovative Themenwahl. Entscheidend für den Erfolg eines solchen Wettbewerbs ist aber eine klare Ausschreibung, verbindliche und transparente Qualitätsstandards, eine entsprechend breite Ausschreibung sowie die Auslobung eines attraktiven Preises.

5. Qualität ist keine objektive Eigenschaft eines Medienproduktes, sondern Qualität wird von einem Mediennutzer einem Medienangebot beigemessen. Zur Qualitätssicherung gehört deshalb auch die Förderung der Medienkompetenz des Medienpublikums. An der Behauptung, jedes Land habe die Medien, die es verdiene, ist soviel richtig, als es natürlich auch darauf ankommt, was sich ein Publikum an Medienangeboten gefallen lässt. Je kritischer und kompetenter Zuhörer, Zuschauer oder Leser sind, desto stärker der Anspruch an die Medien, Qualitätsangebote zu präsentieren. Medienerziehung in der Schule, die Möglichkeit, selbst Medienbeiträge zu gestalten – wie das beispielsweise in offenen Kanälen in Deutschland oder den USA üblich ist –, aber auch medienkritische Beiträge in den Medien selbst, sind bereits erprobte Mittel, Medienpädagogik ohne pädagogischen Zeigefinger umzusetzen. Medienkompetenz ist keine Selbstverständlichkeit, sondern muss gelernt werden. Insofern ist das vom CNP veranstaltete internationale Forum „Mediamorphose“ zur Medienkompetenz ein Schritt in die richtige Richtung und sollte weiterverfolgt werden. Der Aufgabenkanon der Landesmedienanstalten der Bundesrepublik Deutschland, zu dem auch die Förderung der Medienkompetenz gehört, kann hier als Orientierungsrahmen dienen.

6. Publizistische Qualität lässt sich nicht durch die Analyse von Einzelfällen oder ad-hoc-Beobachtungen begründen. Fundierte Evaluierung, die mehr sein soll als Medienschelte,

---

erfordert eine systematische, methodisch fundierte Vorgehensweise. Insofern gehört zur Qualitätssicherung auch eine regelmäßige wissenschaftliche Begleitforschung, die größere Ausschnitte aus dem Medienangebot analysiert und beurteilt. Beispielhaft dafür ist die kontinuierliche Programmforschung, wie sie ARD und ZDF betreiben und in der eigenen Fachzeitschrift *Media Perspektiven* publizieren. Voraussetzung für eine kontinuierliche Programmebeobachtung ist auch eine kontinuierliche Archivierung entsprechender Programmbestandteile von Seiten der Aufsichtsbehörde.

## Anhang: Literatur

Barth, Christof (im Druck). *Qualitätssicherung in Onlinemedien - Befunde zur Redaktionsorganisation und ihrer Auswirkung auf das Produkt*. In: Beck, Klaus; Schweiger, Wolfgang; Wirth, Werner. *Gute Seiten - schlechte Seiten. Qualität in der computervermittelten Kommunikation*. München: R. Fischer.

Bertrand, Claude-Jean (1997). *Media accountability systems: an overview*. In: Sonnenberg, Urte (Hg.). *Organising Media Accountability : experiences in Europe*. (7-16). Maastricht: European Journalism Centre.

Bertrand, Claude-Jean (2000). *Media Ethics & Accountability Systems*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

Bourgeois, Isabelle; Grosser, Alfred (2000). *Eine komplexe Informationskultur : Der "brillante Kommentar" hat den Vorrang vor Fakten und Quellen*. In: Gerhardt, Rudolf; Pfeifer, Hans-Wolfgang (Hg.). *Wer die Medien bewacht : Medienfreiheit und ihre Grenzen im internationalen Vergleich*. (53-66). Frankfurt/M.: Gemeinschaftswerk der Evang. Publizistik.

Bucher, Hans-Jürgen (1994). *Dialoganalyse und Medienkommunikation*. In: Fritz, Gerd; Hundsnurscher, Franz (Hg.). *Handbuch der Dialoganalyse*. (471-492). Tübingen: Niemeyer.

Bucher, Hans-Jürgen (2003). *Journalistische Qualität und Theorien des Journalismus*. In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hg.). *Qualität im Journalismus : Grundlagen - Dimensionen - Praxismodelle*. (11-34). Wiesbaden: Westdt. Verlag.

Bucher, Hans-Jürgen; Barth, Christof (2003). *Qualität im Hörfunk : Grundlagen einer funktionalen und rezipientenorientierten Evaluierung*. In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hg.). *Qualität im Journalismus : Grundlagen - Dimensionen - Praxismodelle*. (223-245). Wiesbaden: Westdt. Verlag.

Cohen-Almagor, Raphael (2001). *Speech, media, and ethics : the limits of free expression : critical studies on freedom of expression, freedom of the press, and the public's right to know*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire; New York, NY: Palgrave.

International Labour Office (1928). *Conditions of Work and Life of Journalists*. Geneva (Studies and reports : Series L ; 2).

Esser, Frank (1999). *'Tabloidization of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism*. In: European Journal of Communication, 14 (3), 291-324.

Gaube, Frank (2003). *Qualitätssicherung im Online-Journalismus am Beispiel FAZ.NET*. In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeppen, Klaus-Dieter (Hg.). Qualität im Journalismus : Grundlagen - Dimensionen - Praxismodelle. (345-364). Wiesbaden: Westdt. Verlag.

Grice, Herbert Paul (1989). *Logic and Conversation*. In: Grice, Herbert Paul. Studies in the way of words. (22-40). Cambridge, MA; London: Harvard University Press.

Haller, Michael (2000). *Recherchieren : ein Handbuch für Journalisten*. (5., völlig überarb. Aufl.) Konstanz: UVK-Medien.

Hirsch, Mario (2000). *The Luxembourg media landscape*. In: European Media Landscape The Luxembourg media landscape.

Hirsch, Mario (2000). *Das Rundfunksystem Luxemburgs*. In: Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen <Hamburg>. Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen. (450-456). Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen. Baden-Baden: Nomos-Verl.-Ges.

Holly, Werner (1993). *Zur Inszenierung von Konfrontation in politischen Fernsehinterviews*. In: Grewenig, Adi (Hg.). Inszenierte Information. (164-197). Opladen: Westdt. Verlag.

Jarren, Otfried; Weber, Rolf H.; Donges, Patrick; Dörr, Bianca; Künzler, Matthias; Puppis, Manuel (2002). *Rundfunkregulierung : Leitbilder, Modelle und Erfahrungen im internationalen Vergleich : Eine sozial- und rechtswissenschaftliche Analyse*. Zürich: Seismo.

Jones, J. Clement (1980). *Mass Media Codes of Ethics and Councils : A comparative international study on professional standards*. Paris: UNESCO.

Juusela, Pauli (1991). *Journalistic Codes of Ethics in the CSCE Countries*. Tampere: University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication.

Lahav, Pnina (Hg.) (1983). *Press law in modern democracies : a comparative study*. New York: Longman (Annenberg/Longman communication books).

Laitila, Tiina (1995). *Journalistic Codes of Ethics in Europe*. In: European Journal of Communication, 10 (4), 527-544.

Luhmann, Niklas (1996). *Die Realität der Massenmedien*. (2., erw. Aufl.) Opladen: Westdt. Verl.

Marr, Mirko; Wyss, Vinzenz; Blum, Roger; Bonfadelli, Heinz (2001). *Journalisten in der Schweiz : Eigenschaften, Einstellungen, Einflüsse*. Konstanz: UVK-Medien (Forschungsfeld Kommunikation ; 13).

McMane, Aralynn Abare (1998). *The French Journalist*. In: Weaver, David H. (Hg.). *The Global Journalist : News around the World*. (191-212). Cheskill, NJ: Hampton Press.

McManus, John H. (1997). *Who's Responsible for Journalism*. In: *Who's Responsible for Journalism*, 12 (1), 5-17.

Meier, Klaus (2002). *Ressort, Sparte, Team. Wahrnehmungsstrukturen und Redaktionsorganisation im Zeitungsjournalismus*. Konstanz: UVK Medien (Forschungsfeld Kommunikation ; 14).

Meyer, Thomas (2001). *Mediokratie : die Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem*. (Orig.-Ausg., Erstausg., 1. Aufl., [Nachdr.]) Frankfurt am Main: Suhrkamp (edition suhrkamp).

Neidhardt, Friedhelm (1994). *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.). *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. (7-41). Opladen: Westdt. Verl.

Nordenstreng, Kaarle (1984). *The mass media declaration of UNESCO*. Norwood, NJ: Ablex.

Rieffel, Rémy (2002). *Der Vermittler*. In: *Der Vermittler* (1).

Rötzer, Florian (2003). *Bilder von Kriegsoffizieren unerwünscht*. In: *Telepolis* (v. 14.4.2003).

Rühl, Manfred (1980). *Journalismus und Gesellschaft : Bestandsaufnahme und Theorieentwurf*. Mainz: v. Hase & Koehler (Kommunikationswissenschaftliche Bibliothek ; 9).

Schönbach, Klaus; Stürzebecher, Dieter; Schneider, Beate (1994). *Oberlehrer oder Missionare? : Das Selbstverständnis deutscher Journalisten*. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.). *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. (139-161). Opladen: Westdt. Verl.

Schönbach, Klaus; Stürzebecher, Dieter; Schneider, Beate (1998). *German Journalists in the Early 1990s: East and West*. In: Weaver, David H. (Hg.). *The Global Journalist : News around the World*. (213-227). Cheskill, NJ: Hampton Press.

Scholl, Armin; Weischenberg, Siegfried (1998). *Journalismus in der Gesellschaft : Theorie, Methodologie und Empirie*. Opladen: Westdt. Verlag.

Scholten-Reichlin, Heike; Jarren, Otfried (2001). *Medienpolitik und Medienethik*. In: Jarren, Otfried; Bonfadelli, Heinz (Hg.). *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. (231-255). Bern: Haupt.

Sonnenberg, Urte (Hg.) (1997). *Organising Media Accountability : experiences in Europe*. Maastricht: European Journalism Centre.

Tuchman, Gaye (1972). *Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity*. In: *American Journal of Sociology*, 77 (4), 660-679.

Weaver, David (1998). *Journalists Around the World: Commonalities and Differences*. In: Weaver, David H. (Hg.). *The Global Journalist : News around the World*. (455-480). Cheskill, NJ: Hampton Press.

Wilke, Jürgen (2003). *Zur Geschichte der journalistischen Qualität*. In: Bucher, Hans-Jürgen; Altmeyen, Klaus-Dieter (Hg.). *Qualität im Journalismus : Grundlagen - Dimensionen - Praxismodelle*. (35-54). Wiesbaden: Westdt. Verlag.

**Bericht zur Programmanalyse von Funkmedien  
im Großherzogtum Luxemburg**

**Dr. Christof Barth**  
**Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher**

Trier, Winter 2003



Diese Studie entstand im Auftrag des Conseil National des Programmes des Großherzogtums Luxemburg.

Wir bedanken uns für die freundliche Unterstützung durch den Conseil National des Programmes ganz herzlich.

© 2003 Medienwissenschaft Universität Trier

---

## Inhalt

1. Einleitung .....	5
2. Methodischer Überblick.....	6
2.1 Rahmendaten zur Programmanalyse.....	6
2.2. Vorgehensweisen bei der Kodierung.....	7
3. Auswertung und Darstellung der Befunde .....	9
3.1 Befunde zum Programmangebot Hörfunk.....	9
Die Programme am Wochenende.....	15
Befunde zum Programmangebot Fernsehen.....	16
Befunde zum Angebot der geschriebenen Presse und zum Informationsangebot .....	23
Fazit .....	26
Anhang: Literatur .....	27



## 1. Einleitung

Die hier vorgestellten Ergebnisse aus der Programmanalyse stellen einen Teil der auf insgesamt drei Teilstudien angelegten Untersuchung zu luxemburgischen Funkmedien dar. Neben der bereits vorliegenden Studie zum Verhaltenskodex wird die Gesamtstudie im nächsten Jahr durch eine weitere Programmanalyse vollendet. Da dieser Bericht auch unabhängig von der bereits vorliegenden Studie zum Verhaltenskodex lesbar sein soll, wird die zentrale Problem- und Aufgabenstellung hier kurz wiederholt.

Anbieter von Rundfunkprogrammen und ihre Aufsichtsorgane beschäftigten sich in den letzten Jahren aus verschiedenen Gründen mit der Qualität der ausgestrahlten Programme: bei Aufsichtsorganen zur Kontrolle, ob die Programme die Auflagen erfüllen, bei den Anbietern, um ihren Erfolg im Markt langfristig zu gewährleisten und damit wirtschaftlich konkurrenzfähig zu bleiben.

Im Rahmen der Beschäftigung mit Programmqualität sind verschiedene Konzepte zur Messung und Sicherung der Qualität im Rundfunkbereich entstanden, beispielsweise von der SRG (Krähenbühl 2002), dem WDR (Teibert 2000) oder dem SWR (Buß/Gumbl 2000, Blumers 2000). Die meisten Konzepte beruhen auf Zielvereinbarungen zwischen Redaktionen und ihrer Programmleitung auf der einen und empirischen Studien zur Überprüfung der tatsächlich erreichten Ziele auf der anderen Seite. Soll die Qualitätssicherung auch die Perspektive der Aufsichtsorgane miteinbeziehen, kommen weitere Kriterien hinzu.

Die umfassende Bewertung der Qualität eines Programms muss wegen der vielen verschiedenen Kriterien, nach denen sie sich bemisst, auf unterschiedlichen Ebenen erfolgen:

- auf der Ebene der medienspezifischen Leistungen und Kommunikationsbedingungen
- auf der Ebene der rechtlichen Grundlagen
- auf der Ebene der Programmziele (u.a. ökonomischer Erfolg, ...)
- auf der Ebene der Programmfunktionen (Information, Unterhaltung, ...)

So sind beispielsweise bei Fernsehvollprogrammen fiktionale Formen wie Spielfilme genauso zu berücksichtigen wie Unterhaltungsshows, Kindersendungen genauso wie politische Diskussionen. Für jede Gattung ist Qualität anders zu definieren. Gleiches gilt im Hörfunk, etwa für Formen des Informierens (Berichte, Reportagen, Interviews) und des Unterhaltens (Musik, Hörspiel, Radiocomics).

Bei der Programmanalyse standen verschiedene Fragestellungen im Raum, die nach Möglichkeit mit vertretbarem Aufwand beantwortet werden sollten. Aus der Analyse sollten Angaben zur Zusammensetzung der Programme hervorgehen, zu ihrer Qualität, insbesondere vor dem Hintergrund des im ersten Teil der Studie entwickelten Verhaltenskodex. Im weiteren werden zunächst in einem methodischen Überblick die Verfahrensweisen vorgestellt. Sodann werden zunächst die zentralen Befunde zum Programmangebot des Hörfunks sowie des Fernsehens dargestellt. In einem vergleichenden Abschnitt werden dann insbesondere das In-

formationsangebot der Funkmedien – auch im Vergleich mit der geschriebenen Presse – genauer betrachtet. Dieser Bericht schließt mit einer Zusammenfassung und einem Ausblick.

## **2. Methodischer Überblick**

Die theoretische Formulierung von Qualitätsanforderungen braucht empirische Verfahren zu Überprüfung ihrer Umsetzung. Im Rahmen der Bemühungen um eine Sicherung der Programmqualität und der Wahrnehmung ihrer Aufsichtsfunktionen sind verschiedene Verfahren zur Analyse von Programmen entstanden, meist auf Basis inhaltsanalytischer Methoden. Dazu gehören etwa die von der ARD/ZDF-Medienkommission in Auftrag gegebenen Analysen von Udo-Michael Krüger (Krüger 2002) bzw. (Volpers/Salwiczek/Schnier 2000) für den Bereich Programmanalyse Fernsehen oder für den Bereich Hörfunk die Analysen von Bucher/Schröter 1990, Brosius/Weiler 2000 oder Drengberg 1996. Insgesamt sind seit den frühen 1980er Jahren in Deutschland bereits eine ganze Reihe von programmanalytischen Studien entstanden, die meisten jeweils im Rahmen einer bestimmten Fragestellung (vgl. Klingler/Schröter 1993 für eine Übersicht). Für das Großherzogtum Luxemburg sind derartige Studien bislang nicht durchgeführt oder der Öffentlichkeit zugänglich gemacht worden, insofern wurde mit der vorliegenden Studie Neuland betreten.

Programmanalysen versuchen in der Regel auf Basis von Programmaufzeichnungen durch möglichst präzise Bestimmung von Programminhalten und Aspekten der Programmpräsentation Informationen über die Zusammensetzung des Programms und seiner Bausteine zu gewinnen. Die Kodierungen der Programme, also die Erfassung der einzelnen Bausteine, erfolgt in der Regel datenbankgestützt. So können Auswertungen einfach vorgenommen werden. Die Kodierung erfolgt gemäß einheitlicher Anweisungen (Kodierbuch) durch zuvor geschulte Kodierer. Zur Qualitätssicherung der Kodierung werden die Kodierungen einer Validierung unterzogen.

Für die vergleichende Analyse der Programme verschiedener Mediengattungen bedarf es geeigneter Instrumente, die einerseits die medialen Besonderheiten der untersuchten Mediengattung berücksichtigen. Andererseits müssen sie um der Vergleichbarkeit willen möglichst viele Gemeinsamkeiten aufweisen. Für die vorliegende Studie wurde deshalb ein Design gewählt, das insbesondere die verschiedenen formalen Aspekte der Mediengattungen berücksichtigt. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurden bestimmte Kategoriebereiche – etwa zum Inhalt der Informationsbeiträge, ihrer Themenreichweite und des Ereignisorts in allen Untersuchungen identisch besetzt.

### **2.1 Rahmendaten zur Programmanalyse**

Für die vorliegende Untersuchung wurden die drei Hörfunkprogramme RTL Radio Lëtzebuerg, DNR und 100,7 sowie das luxemburgische Programm von RTL Télé Lëtzebuerg aufgezeichnet. Ausgewählt wurde dafür die Programmwoche vom Montag 19. Mai bis Sonn-

tag 25. Mai 2003. Ergänzt wird die Untersuchung durch die Aufzeichnung der Sportberichterstattung bei DNR und RTL Radio Lëtzebuerg am Wochenende des 18./19. Oktober 2003. Ausgangsüberlegung war, für die Hörfunkprogramme einerseits ein Programmschnitt an einem Werktag vornehmen zu können, andererseits auch das Wochenende in der informationsstarken Mittagszeit untersuchen zu können. Nachträglich ergänzt werden sollte die Sportberichterstattungsleistung der beiden Hörfunkprogramme DNR und RTL Radio Lëtzebuerg. Für den Schnitt am Werktag wurde die Zeit von 6.00 bis 20.00 Uhr aufgezeichnet und analysiert, weil dies die nutzungsstärkste Zeit im Tagesverlauf der Radionutzung ist. Für das Wochenende wurde für die Untersuchung der allgemeinen Informationsleistung die Zeit von 12.00 bis 14.00 Uhr gewählt. Die Untersuchung der Sportberichterstattung basiert auf einem Zeitschnitt von 14.00 bis 22.00 Uhr.

Für die Analyse des Fernsehprogramms waren aufgrund der unterschiedlichen Programmstruktur andere Zeitschnitte notwendig. Aufzeichnungen des Fernsehprogramms wurden während der gesamten Untersuchungswoche vorgenommen. In die Auswertung aufgenommen wurden dabei jedoch bislang lediglich die etwas über zwei Programmstunden des Abendprogramms. Hintergrund der Überlegungen zum Ausschluss der anderen Programmzeiten war, dass teils Übernahmen aus dem Hörfunk (ergänzt mit Studiobildern) gesendet werden, teils Übernahmen aus anderen RTL-Programmen, etwa aus Deutschland. Die Programmangebote sind also entweder bereits in der Analyse enthalten – wie im Falle des Hörfunks, oder aber nicht für Luxemburg spezifisch. Vergleichbares gilt für die erneute Ausstrahlung bestimmter Sendungen während des Tages.

Für einen Vergleich der Leistung der Funkmedien mit derjenigen der geschriebenen Presse wurde in Ergänzung zum Werktagsschnitt die Ausgaben der Tageszeitungen von Donnerstag, dem 22. Mai 2003 und Freitag, dem 23. Mai 2003 kodiert. Konkret bestand das Sample aus den Publikationen Luxemburger Wort, La Voix du Luxembourg, Tageblatt, Le Quotidien, Letzeburger Journal sowie der Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek.

## 2.2. Vorgehensweisen bei der Kodierung

Die Kodierung wurde von luxemburgischen Studierenden an der Universität Trier vorgenommen, so dass Kodierprobleme aufgrund mangelnder Sprach- oder Ortskenntnisse von vornherein ausgeschlossen werden konnten. Die Erfassung erfolgte sekundengenau datenbankgestützt via PC. Für einen exemplarischen Ausschnitt aus der entstehenden Kodierung vgl. die Darstellung Beispiel einer Kodierung im Tabellenanhang.

Erhoben wurden sowohl im Hörfunk als auch im Fernsehen folgende Kategorien:

Kategorie	Beschreibung
Programm / Datum / Beginn / Ende	
Dauer	

Kategorie	Beschreibung
Beitragsart	Zuordnung zu bestimmten Typen von Beiträgen (Information, Musik ...)
Form	Darstellungsform bzw. Detailausprägung
Sprecher 1 & 2	Angaben zur den Sprechern (nur Hörfunk)
Inhalt	Angaben zu den behandelten Themenbereichen
Themenreichweite	Weiteste Relevanz (Reichweite) der Themen (international ... lokal)
Ereignisort	Ort des Geschehnisses, soweit genannt oder erkennbar (Studio, Luxemburg-Stadt ... Ausland)
Moderationstätigkeit	Funktion d. Moderation und sprachl. Handlungen des Moderators (nur Hörfunk)
Moderationsbezug	Bezug der Äußerungen des Moderators, z. B. Programm, Kollegen, Beiträge
Notizfeld	

Unterschieden werden in der Kategorie Beitragsart acht übergeordnete Rubriken: Formen des Informierens (Nachrichten- und Informationsbeitrag), Moderation, Service (Wetter, Verkehr, Horoskop etc.) und Unterhaltung als im engeren Sinn redaktionell gestaltete Beiträge. Dabei wird unter Unterhaltung sowohl lustige (Kabarett, Radiocomicals) als auch ernste Unterhaltung in Form von Lesungen oder Hörspielen verstanden. Diese vier Rubriken werden ergänzt durch Werbung (Werbebeiträge und Werbejingles als Begrenzung zum redaktionellen Programm), Musik, Sonstiges und Jingles/Trailer. Während unter Sonstiges in der Regel nur wenige Beiträge fallen, in denen etwa das Sendesignal ausgefallen ist oder aus anderen Gründen kein Signal gehört werden konnte, werden unter Jingles/Trailer diejenigen Formen zusammengefasst, die das akustische Klanggerüst des Programms darstellen. Kennungsjingles etwa lassen den Hörer wissen, welches Programm eingeschaltet ist, Trennjingles übernehmen Kohärenz sichernde Maßnahmen, indem sie einzelne Programmteile akustisch voneinander trennen. Trailer informieren über bevorstehende Programm- oder sonstige Ereignisse im Zusammenhang mit dem Programmanbieter. In allen Fällen tragen diese Elemente die spezifische Klangfärbung des Senders und vermitteln damit auch so etwas wie eine Programmfarbe. Unter Form werden die klassischen Darstellungsformen für die Funkmedien differenziert: Meldungen, Berichte, Reportagen und Features.

Für das Fernsehen sind zusätzlich fernsehspezifische Formen eingeführt worden, etwa der Filmbeitrag oder der Musikclip. Begrenzer übernehmen ähnliche Funktionen wie die Trennjingles im Hörfunk.

## Themenlage während der Untersuchungswoche

Während der Untersuchungswoche beherrschten verschiedene Themen die Agenda: Zentrales Ereignis für Luxemburg war die Rede des Premiers zur Lage der Nation und die daran anschließende Debatte. Sie beherrscht den Tag der Rede selbst wie auch die Berichterstattung der kompletten Woche. Weitere im Verlauf der Woche behandelte Themen waren ein verheerendes Erdbeben in Algerien, die Bedrohungssituation durch Al Qaida sowie eine neue Irak-Resolution der UN.

Am Donnerstag beherrschten neben den Folgen des Erdbebens in Algerien und der Situation im Irak auch neue Zahlen zum luxemburgischen Arbeitsmarkt, eine Studie zur Lesekompetenz luxemburgischer Schüler, die „Lex Greenpeace“ sowie die Verhaftung eines Mitarbeiters des Parlaments wegen Besitzes von Kinderpornographie und Kindesmissbrauchs die Themenlisten der Nachrichten.

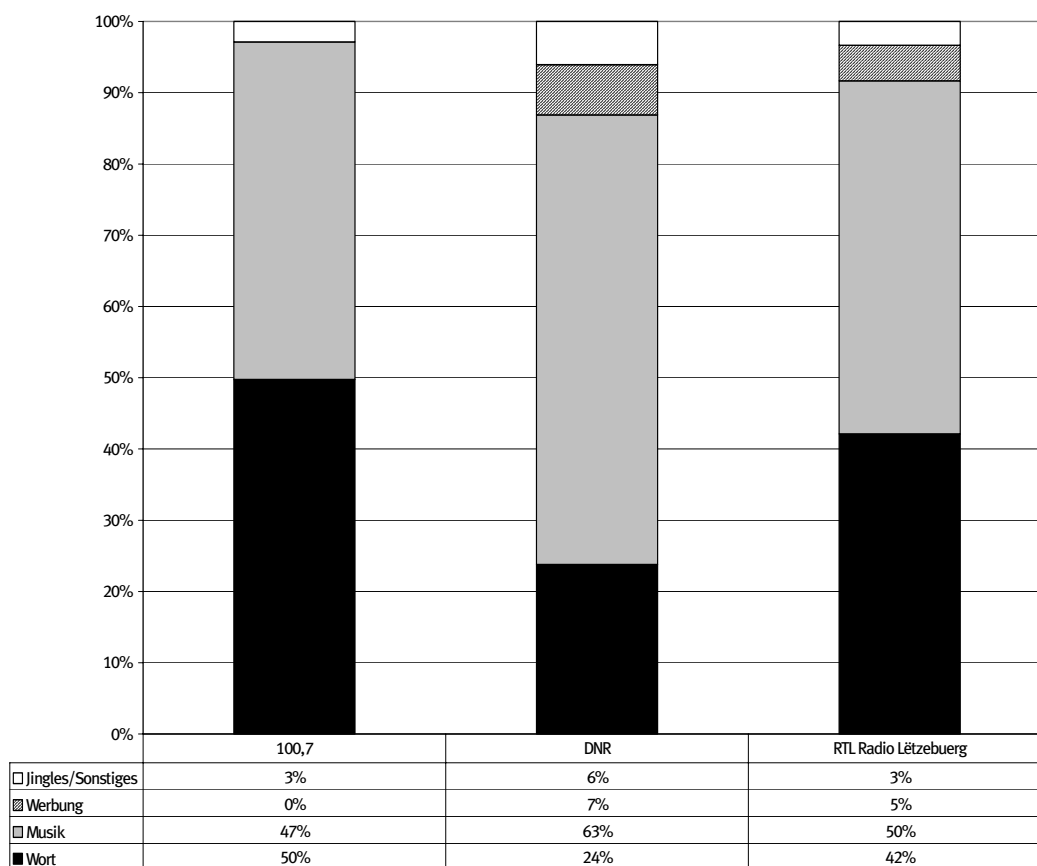
## **3. Auswertung und Darstellung der Befunde**

### *3.1 Befunde zum Programmangebot Hörfunk*

Die folgende Darstellung bezieht sich zunächst ausschließlich auf den untersuchten Werktag (Do, 22. Mai 2003). Im Anschluss werden dann Unterschiede und Besonderheiten der Programme am Wochenende betrachtet.

Die drei untersuchten Programme RTL Radio Lëtzebuerg (künftig kurz als RTL bezeichnet), DNR und 100,7 unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Programmbausteine in ihrer Zusammensetzung grundlegend.





**Tabelle 1: Wort- und Musikanteil der untersuchten Programme (6.00 bis 20.00 Uhr)**

Während bei 100,7 und RTL der Wortanteil am Programm 50 bzw. 42 Prozent beträgt, setzt DNR mit 24 Prozent Wortanteil auf eine stärker musikbasierte Programmstruktur. Gleichzeitig ist auch der Anteil an Jingles und Werbung bei DNR größer. Zieht man alleine auf dieser Basis Vergleiche zu deutschen Programmen, so hat RTL mit knapp 29 Prozent Informationsanteil auf den ersten Blick eine Programmstruktur, die öffentlich-rechtlichen Informationsradios ähnelt (vgl. Tabelle 2). DNR hingegen ist eher den service-orientierten privaten Popwellen vergleichbar, wie sie beispielsweise von Radio RPR produziert wird. Das soziokulturelle Radio 100,7 ist von der Verteilung der Programmbausteine vergleichbar mit einem öffentlich-rechtlichen Kulturradio. Für diese Charakterisierung spricht auch die Anzahl der Beiträge insgesamt. Während bei RTL und DNR in den 14 Programmstunden jeweils über 1.300 Analyseeinheiten laufen, sendet 100,7 in dieser Zeit etwas über 600 Analyseeinheiten (vgl. Tabellenanhang, Gesamtübersicht der Programmbestandteile).

Beitragszuordnung	100,7	DNR	RTL Radio Lëtzebuerg
Information	31,86%	13,51%	28,83%
Jingles/Trailer	2,87%	6,06%	3,34%
Moderation	5,83%	8,23%	8,49%
Musik	47,37%	63,09%	49,56%
Service/Dienste	2,92%	1,39%	3,32%
Sonstiges	0,23%	0,05%	0,10%
Unterhaltung	8,92%	0,63%	1,37%
Werbung	0,00%	7,05%	4,98%

Tabelle 2: Verteilung der Programmbestandteile am 22.5.2003 von 6.00 bis 20.00 Uhr

### Die Gestaltung des Informationsangebots

Die Präsentation von Information erfolgt im Hörfunk in der Regel in zwei unterschiedlichen Formen. Zum einen in regelmäßigen Nachrichtenblöcken, zum anderen in dazwischen platzierten und vom Moderator eingebetteten Beiträgen. Dabei bestreitet DNR sein Informationsangebot nahezu ausschließlich über Nachrichten (knapp 12 Prozent der Sendezeit Nachrichten, knapp 2 Prozent Informationsbeiträge). In Form von Informationsbeiträgen außerhalb der Nachrichten werden nur vier Themen präsentiert: Erstens ein Bericht über eine Krebshilfe-Stiftung und ihre Arbeit. Anlass ist ein Aufruf zur Knochenmarkspende für ein krebskrankes Kind. Dieser Bericht wird in zwei Teilen, getrennt durch einen Musikbeitrag, präsentiert. Weitere Themen in den Informationsbeiträgen bei DNR sind die Gruppe Tatu (GrandPrix d'Eurovision), die Verleihung eines Friedenspreises durch die Caritas sowie eine kurze Darstellung des neuen Diesel-Minis, letztere im Zusammenhang mit einem Spiel.

In den anderen beiden Programmen sind die zwei Präsentationsformen ausgeglichener verteilt. 100,7 präsentiert Informationen etwas stärker außerhalb der Nachrichten (17 Prozent außerhalb, 14 Prozent innerhalb der Nachrichten), bei RTL ist es umgekehrt: 15 Prozent der untersuchten Sendezeit werden in Form von Nachrichten präsentiert, 13 Prozent der Informationen außerhalb.

Betrachtet man die Formen der Informationspräsentation genauer, so verdichtet sich das Bild, dass – von der Vielfalt der Darstellungsformen her – RTL und 100,7 mehr Varianten der Informationspräsentation umsetzen als DNR (siehe Tabelle 3).

	100,7	DNR	RTL
Zahl der genutzten Darstellungsformen	12	7	11

Tabelle 3: Anzahl der Darstellungsformen (22.5.2003, 6.00 bis 20.00 Uhr)

Auch bei RTL und 100,7 dominieren weniger aufwändige Produktionsformen, etwa das Studiogespräch, das dem zeitlichen Anteil nach bereits fast die Hälfte der Informationsbeiträge ausmacht. Komplexere radiophone Formen wie Reportagen oder Features kommen in

keinem der Programme vor. Vor diesem Hintergrund relativiert sich dann auch der Vergleich zu öffentlich-rechtlichen informationsorientierten Programmen in der Bundesrepublik wieder.

Bei den im Informationsangebot präsentierten Themen ist zu differenzieren zwischen den Nachrichten und dem darüber hinausgehenden Informationsangebot. Betrachtet man nur die Nachrichten, ergibt sich ein vergleichsweise einheitliches Bild: Politik dominiert als Themenbereich die Nachrichten mit ca. einem Drittel der Sendezeit.<sup>1</sup> DNR und RTL legen weitere Themenschwerpunkte auf die Bereiche Kriminalität (RTL und DNR Rang 2), Sport (RTL Rang 3) und Katastrophe/Unglück/Unfall (DNR Rang 3). Auf Rang 4 folgt jeweils der Themenbereich Wirtschaft/Arbeit. Die genannten Themen nehmen alle jeweils mehr als 10 Prozent der Sendezeit ein. 100,7 sendet über 16 Prozent Informationen zum Thema Wirtschaft/Arbeit (etwa Beiträge zur Börse, zu einem Schadensersatzverfahren nach der Pleite der Bank of Credit and Commerce BCCI) und zur Bedrohungssituation durch Al Qaida (Anschlag/Attentat/Terrorismus).

Bei den Informationsbeiträgen, also den außerhalb der Nachrichten präsentierten Informationen, sind die Unterschiede am Stichtag bezüglich der präsentierten Themen noch größer. Bei RTL entfällt über die Hälfte der Informationsbeiträge auf Musik, Gesundheit/Körper/Medizin sowie Sport; bei DNR entfallen die oben vorgestellten Informationsbeiträge auf Gesundheit/Körper/Medizin, Kultur und Musik. Bei 100,7 macht bei den Informationsbeiträgen der Themenbereich Schule/Bildung fast die Hälfte des Angebots in diesem Bereich aus. Zurückzuführen ist dies auf längere Studiogespräche mit Schulleitern (Lycée Technique agricole, Krankenschwesterschule LTPS), wobei der Beitrag über die Krankenschwesterschule am Abend wiederholt wird und somit in der Auswertung erneut zu Buche schlägt. Auch bei RTL ist der Musikschwerpunkt zu einem großen Teil auf Studiogespräche und Interviews mit luxemburgischen Musikern zurückzuführen.

Betrachtet man die Themenreichweite<sup>2</sup>, also die übergeordnete Relevanz in Bezug auf bestimmte Länder oder Regionen, so zeigen sich auch hier Gemeinsamkeiten zwischen RTL und DNR auf der einen sowie 100,7 auf der anderen Seite. Bei DNR und RTL stehen in ca. 60 Prozent des gesamten Informationsangebots Themen mit nationaler Themenreichweite auf dem Programm; etwa ein Drittel beschäftigt sich mit Themen internationaler Reichweite. Themen mit einer eher regionalen Reichweite spielen bei DNR und RTL mit weit unter 5 Prozent nur eine geringe Rolle. Bei beiden Programmen gilt, dass internationale Themen eher in Nachrichten, nationale Themen etwas stärker in Informationsbeiträgen präsentiert werden. Auch bei 100,7 entfällt der größere Teil der Berichterstattung insgesamt auf Themen mit nationaler Reichweite, jedoch sind die Unterschiede mit 48 Prozent nationaler und 44 Prozent internationaler Themenreichweite nicht so ausgeprägt wie bei DNR und RTL. Regionale Schwerpunkte spielen auch hier nur eine geringe Rolle (4 Prozent). Allerdings ist bei

---

<sup>1</sup> Vgl. Tabellenanhang, Auswertung des Informationsangebots zu den drei Programmen, Tabelle Themenbereiche.

<sup>2</sup> Vgl. Tabellenanhang, Auswertung des Informationsangebots zu den drei Programmen, Tabelle Themenreichweite.

100,7 die Themenreichweite in den Nachrichtenbeiträgen im Gegensatz zu den beiden anderen Programmen überwiegend national ausgerichtet, während in den Informationsbeiträgen Themen mit nationaler und internationaler Reichweite zu gleichen Teilen vorkommen. Die Zahlen relativieren sich etwas, wenn man die behandelten Themen betrachtet. Zum einen besteht das Angebot aus wenigen, aber dafür zeitaufwändig präsentierte Beiträgen. Zum anderen handelt es sich bei den präsentierten Themen um solche, die luxemburgische mit internationalen Aspekten verknüpfen, etwa das Thema BCCI oder die Filmfestspiele in Cannes und die luxemburgische Beteiligung an internationalen Filmproduktionen.

Eine Betrachtung des Ereignisorts<sup>3</sup> ermöglicht die Beantwortung der Frage, ob Berichterstattung nur aus der Hauptstadt oder dem Studiostandort heraus geleistet wird und inwiefern entferntere Regionen in der Berichterstattung berücksichtigt werden. Während bei Themen und Themenreichweite DNR und RTL in der Regel ähnlich strukturiert waren, ist dies bezüglich des Ereignisorts anders. Bei DNR sind 57 Prozent der berichteten Themen Ereignisse aus Luxemburg-Stadt, Auslandsberichterstattung macht 34 Prozent aus. Luxemburg-Land, also Ereignisorte außerhalb der Hauptstadt, spielen bei DNR mit knapp 5 Prozent nur eine geringe Rolle. Bei RTL sind keine so klaren Schwerpunkte erkennbar. Auslandsberichterstattung macht ein knappes Drittel aus, überwiegend über die Nachrichten realisiert. Die Berichterstattung über Themen aus Luxemburg-Stadt macht etwas weniger aus (28 Prozent). Ereignisse aus Luxemburg-Land sind bei RTL mit fast 17 Prozent Anteil vergleichsweise stark vertreten. Knapp 22 Prozent des Informationsangebots kommt direkt aus dem Studio selbst (Studiogespräche). Einen noch höheren Anteil an dieser Form des Informierens weist 100,7 auf (32 Prozent). Der Anteil der Auslandsberichterstattung ist nahezu gleich hoch, Berichterstattung aus Luxemburg-Stadt macht knapp 30 Prozent aus. Berichterstattung aus Luxemburg-Land spielt bei 100,7 praktisch keine Rolle.

### Die Gestaltung der Moderation

Weitere charakteristische Unterschiede sind im Moderationsanteil zu erkennen, der bei 100,7 knapp 6 Prozent, bei den beiden anderen Programmen über 8 Prozent beträgt. Mit Moderationen übernehmen die Sprecher im Programm verschiedene Aufgaben:

1. Die Einbettung von Einzelbeiträgen in das Programm (Präsentieren),
2. Die Strukturierung des Programms oder der Sendung,
3. Die Kommunikationsführung der am Programm beteiligten Personen,
4. Die Kontaktherstellung zu den Hörern,
5. Die Repräsentation des Programms, des Senders, der Sendung,
6. Appellieren und Motivieren der Hörer.

Diese Aufgaben werden in den untersuchten Programmen zu einem ganz unterschiedlichen Grad wahrgenommen. Beispielsweise werden bei 100,7 eine ganze Reihe von Moderationstätigkeiten nur wenig ausgeübt. Dazu gehört etwa die Spielmoderation, die Gespräche mit

Hörern oder das Äußern von Musikwünschen. Dafür wird bei 100,7 mehr Zeit für Transparenzmaßnahmen aufgewendet, etwa die Einbettung der Beiträge durch den Moderator oder die Strukturierung des Programms (70 Prozent bei 100,7, ca. 37 Prozent bei DNR und RTL). Eine stärkere Betonung dieser Funktion ergibt sich auch aus dem geringeren Formatierungsgrad des Programms, der entsprechend mehr Transparenzmaßnahmen nach sich zieht.

In den beiden anderen Programmen stehen hingegen eher die Funktionen der Kontakt Herstellung und Kommunikationsführung im Vordergrund. So beträgt etwa die für derartige Tätigkeiten aufgewendete Moderationszeit bei RTL und DNR 47,65 bzw. 28,3 Prozent, während 100,7 nur 6,4 Prozent der Sendezeit auf solche Moderationstätigkeiten verwendet. Die Spielmoderationen für sich betrachtet nehmen einen beträchtlichen Teil der Moderation ein: rein auf die Moderationstätigkeiten bezogen bei DNR 11,7 Prozent, bei RTL 27,8 Prozent.

### Unterhaltung

Unterhaltung in Form klassischer radiophoner Unterhaltungsformen finden sich weder bei DNR noch bei RTL in nennenswerter Menge. Unterhaltung findet dort in der Moderation und in der Interaktion mit den Hörern statt, beispielsweise in Gewinnspielen.

100,7 bietet hingegen eine Lesung als klassische kulturorientierte Unterhaltungsform. Es handelt sich dabei um eine Lesung aus einem Werk von Robert Menasse, die zunächst in der Stunde um 9.00 Uhr gesendet wird und um 19.30 Uhr wiederholt wird. Kurze Einspielungen ergänzen das Unterhaltungsangebot.

### Werbung

Von den drei Programmen strahlen nur zwei als kommerzielle Programme Werbung von Unternehmen aus. Bei 100,7 ist dennoch ein Werbebeitrag zu verzeichnen: die Regierung wirbt für die Letzebuerger Cooperation. Der Werbeanteil der beiden anderen Programme beträgt am untersuchten Werktag 4,9 Prozent bei RTL und 7,05 Prozent bei DNR. Hinzuzurechnen wäre im Prinzip allerdings die häufige Nennung von Sponsoren bestimmter Sendungselemente. Eine häufig gesponserte Beitragsform ist das Spiel, in dem als Gewinn in der Regel ein Produkt des Sponsors zu erhalten ist und der Sponsor als Stifter bzw. sein Produkt häufig genannt werden können.

Problematisch wird die Zusammenarbeit zwischen Werbetreibenden und Hörfunkanbieter, wenn für den Zuhörer die Zuordnung einzelner Beiträge zu den Kategorien Werbung oder Information nicht mehr klar vorzunehmen ist. Dies ist ein Verstoß gegen die Tren-

---

<sup>3</sup> Vgl. Tabellenanhang, Auswertung des Informationsangebots zu den drei Programmen, Tabelle Ereignisort.

nungsnorm von redaktionellen Inhalten und Werbebeiträgen. In beiden kommerziellen Programmen finden sich Beiträge zwischen Moderator und Vertretern der Werbetreibenden, in denen über das Angebot oder das Geschäft des Werbetreibenden ‚informiert‘ wird. Auch wenn derartige Beiträge durch Werbebeiträge oder Jingles vom anderen Programm akustisch abgetrennt sind, wird aufgrund der Sprecheridentität eine Unterscheidung der Funktionsrollen des Moderators – Programm(re)präsentation auf der einen, Dienstleistung gegenüber dem Werbekunden auf der anderen Seite – und damit aus Zuhörersicht die Einlösung der Forderung nach Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten stark erschwert.

Aus den Regelungen in Gesetzen und Pflichtenheften sind Richtlinien zur Werbung im Hörfunk aufgrund der Offenheit der Formulierungen nur mit gewissem Interpretationsaufwand abzuleiten. Hier wäre eine dedizierte Formulierung der Vorstellungen des Gesetzgebers sicherlich für alle Beteiligten hilfreich, zumal die als Information getarnten Werbeformen auch ein Unterlaufen bestimmter Beschränkungen zu Werbeinhalten erleichtern, da sie nicht mehr als Werbung deklariert sind.

#### *Die Programme am Wochenende*

Im Gegensatz zum selben Zeitraum am Werktag unterscheidet sich das Mittagsprogramm (12.00 bis 14.00 Uhr) samstags und sonntags in verschiedenen Punkten. So ist das Informationsangebot zu dieser Zeit am Samstag bei allen Sendern umfangreicher als werktags. Am deutlichsten ist der Unterschied bei 100,7, das samstags zwischen 12.00 und 14.00 Uhr ca. 61 Prozent Information sendet, werktags ca. 51 Prozent.<sup>4</sup> Zurückzuführen ist der Unterschied bei 100,7 auf zwei Studiogespräche: ein 40-minütiges Gespräch mit dem Premierminister sowie ein weiteres Studiogespräch zu einem neuen Infoladen in Esch. Bei RTL steigt der Informationsanteil geringfügig um ca. 3,5 Prozent (knapp 20-minütiges Studiogespräch „Background“ zur Debatte über die Lage der Nation), bei DNR um 1.3 Prozent. Trotz des erhöhten Informationsanteils steigt bei RTL und DNR der Musikanteil gleichfalls: wegen geringerer Werbung, weniger Moderation und Service kann mehr Musik gespielt werden. Bei 100,7 geht der höhere Informationsanteil zu Lasten der Musik; die anderen Programmbestandteile bleiben in ähnlichen Größenordnungen wie werktags.

Die Programmgestaltung am Sonntag unterscheidet sich wiederum sowohl vom Programm werktags und samstags. Der Informationsanteil geht bei allen Programmen bedingt durch das Fehlen von Studiogesprächen zurück. Das Informationsangebot reduziert sich bei DNR neben den Nachrichten auf zwei Informationsbeiträge (Grand Prix in Riga, ein neues Automodell). In der 13-Uhr-Stunde wird abgesehen von den Nachrichten keine weitere Information präsentiert. Bei RTL ist das Informationsangebot in der 12-Uhr-Stunde umfangreich, v. a. zum Sport, in der 13-Uhr-Stunde werden wie bei DNR nur noch Nachrichten präsentiert. Auch bei 100,7 konzentriert sich die Information auf die 12-Uhr-Stunde. In der

---

<sup>4</sup> Vgl. Tabellenanhang, Gesamtübersicht der Programmbestandteile zum 24./25. Mai und dem 18./19. Oktober.

ersten halben Stunde werden Nachrichten und aktuelle Informationen präsentiert, ab 12.30 Uhr wird in der Sendung „Rendez-vous regional“ bis 13.00 Uhr der Geschichtsverein Niederranven porträtiert. In der 13-Uhr-Stunde musste am Stichtag das Programm geändert werden, weil der betreffende Kollege erkrankt war: nach einer kurzen Moderationsstrecke mit Hinweisen auf das geänderte Programm wird eine Konzertaufzeichnung des Musikvereins Ehlerange gesendet.

In der Nachmittags- und Abendschiene konzentriert sich die Berichterstattung auf den Sport. Der Informationsanteil insgesamt ist bei DNR kleiner als der Tagesdurchschnitt an Werktagen (9 Prozent vs. 13,5 Prozent an Werktagen), bei RTL hingegen etwas größer (30,2 vs. 28,8 Prozent). Die Unterschiede in der Programmgestaltung werden klar, wenn man das Verhältnis der Programmbausteine im Tagesverlauf betrachtet. DNR fährt samstags um 14 Uhr eine Sendung mit Chart-Hits, wodurch sich der hohe Moderationsanteil in dieser Stunde erklärt. Während DNR am Nachmittag anfangs knapp 20 Prozent der Sendezeit auf Information verwendet, sinkt dieser Anteil kontinuierlich, bis ab 19.00 Uhr das Angebot nur noch aus kurzen Nachrichtenblöcken besteht. DNR berichtet außerhalb der Nachrichten überwiegend über die deutsche Bundesliga. Weitere Sportthemen bei DNR sind die luxemburgischen Seat-Open sowie Kurzmeldungen zu Spielen in Frankreich. In den Nachrichten gibt es jeweils Informationen zu weiteren Sportarten (Tischtennis, Lombardei-Rundfahrt). RTL ist in seiner Sportberichterstattung vielfältiger: In den Nachrichten gibt es Informationen zum Fuß-, Hand- und Basketball, am Abend wird mit Schaltungen vor Ort insbesondere die luxemburgische Sportszene abgedeckt. Deshalb ist bei RTL der Informationsanteil zwischen 18 und 22 Uhr erheblich größer als bei DNR. Für den Sonntag zeigt sich ein ähnliches Verhältnis zwischen beiden Programmen: Während DNR in seiner Sendung „Hits & Goals“ Musik und Sportergebnisse vom Moderator präsentieren lässt, sendet RTL neben den Meldungen zu den Sportergebnissen Telefoninterviews, ein paar Vor-Ort-Berichte und damit insgesamt eine aufwändigere Sportberichterstattung.

## **Befunde zum Programmangebot Fernsehen**

### **Die grundlegende Sendungsstruktur**

Das von den Wiederholungen abgesehen ca. zweistündige werktägliche Abendprogramm von RTL Télé Lëtzebuerg (künftig kurz RTL) gliedert sich in verschiedene Teile. Die erste Stunde ist eher unterhaltungsorientiert mit Musik und bunten Meldungen; die zweite Stunde ist eher informationsorientiert mit Filmberichten und ausführlicheren Nachrichten. Die nachfolgende Tabelle gibt dazu einen Überblick:

Beginn	Sendungstitel
ca. 18:00	Newsflash
ca. 18:01	Planet RTL
ca. 18:50	Planet RTL: RTL Boulevard
ca. 19:00	De Magazin
ca. 19 :30	De Journal
ca. 19 :45	Top Thema
ca. 20:00	Météo
ca. 20:05	Beginn der Wiederholungen

**Tabelle 4: Programmschema des Fernsehprogramms (werktags)**

Die Sendungen beginnen mit einem Werbeblock, eingeleitet durch einen entsprechenden Begrenzer, der die Werbebeiträge vom redaktionellen Programm trennt („RTL Pub“). Es folgt der Newsflash – Schlagzeilen zu den wichtigsten Ereignissen aus Luxemburg mit Wetter. Die bis 18.50 Uhr dauernde Sendung „Planet RTL“ bringt Videoclips und Musikinfor-mation, teilweise auch Studiogespräche mit Musikern. Um 18.50 Uhr folgt dann im Rahmen von Planet RTL „RTL Boulevard“, einem kurzen Magazin mit Promi-News und Klatsch. Die Sendung „De Magazin“ beginnt um 19.00 Uhr und enthält wiederum einen „Newsflash“ mit Schlagzeilen, eine Ausgabe des Wetterberichts, sowie die eigentliche Sen-dung zu einem täglich wechselnden Themenschwerpunkt. Gegen 19.30 Uhr beginnen die Hauptnachrichten mit Schwerpunkt Luxemburg, denen kurz vor 20.00 Uhr an manchen Tagen ein Special (Topthema) folgt. Das Programm schließt mit einer ausführlicheren Wet-tervorhersage.

Die in der untersuchten Woche behandelten „Topthemen“ waren das 50-jährige Jubi-läum der Europaschule (Mo), Donnerstag gab es Sport Extra. Freitags wurde ein Beitrag über die Arbeitsbedingungen für Krankenhausangestellte präsentiert. Dienstag und Mittwoch entfielen die Specials – Dienstag vermutlich aufgrund der Rede Junckers zur Lage der Nation und der damit verbundenen Sondersendung. Zusätzlich gibt es montags „De Nol op de Kapp“, eine kritische zynisch-sarkastische Serie von Reportagen über Defizite im luxemburgi-schen Leben. In der Stichtagswoche gehörten dazu beispielsweise eine Reportage über ein In-dustriegebiet, das vergrößert wurde und nun nach Ansicht der Anwohnern einen zu geringen Abstand zum Wohngebiet hat oder über Korruption in Luxemburg. In dieser Reportage wird ein EU-Bericht zur Korruption in Europa zum Anlass genommen, zu prüfen, ob Luxemburg wirklich so gut dasteht wie im Bericht. Über die Gegenüberstellung von Passantenmeinungen (es gibt Korruption) und Expertenmeinungen (es gibt keine Indizien für Korruption) sowie der Aussage eines Politikers zur Parteienfinanzierung geht der Beitrag jedoch nicht hinaus, lässt also die Ausgangsfrage spekulativ offen.



Am Wochenende gibt es Abweichungen vom normalen Programmschema: Samstag wird von 18.00 bis 19.00 Uhr die Sendung „Planet Hits“ (Zuschauer-Charts) gesendet, außerdem entfällt die Ausgabe von „De Magazin“; stattdessen wird die in sich geschlossene Sendung „RTL Kultur“ gezeigt. In der Samstagsausgabe der Nachrichten gibt es zusätzlich eine Preserevue sowie ein Studiogespräch. Sonntags wird die Sendung „Planet Hits“ zur selben Stunde (18.00 bis 19.00 Uhr) wiederholt. Anschließend folgt um 19.00 Uhr die Sendung „RTL Impuls“. Während der untersuchten Programmwoche wurde eine Vor-Ort-Reportage über das Leben in einem marokkanischen Berberdorf und die Entwicklungsarbeit einer luxemburgischen Nichtregierungs-Organisation gesendet.

Insgesamt verteilen sich die Grundbausteine des Fernsehprogramms wie folgt:

Beitragszuordnung	Anteil am Programm
Information	48,5%
Programminfo	2,3%
Service	2,4%
Sonstiges	5,9%
Unterhaltung	34,5%
Werbung	6,5%

**Tabelle 5: Die Programmbausteine des Fernsehprogramms im Überblick (Abendprogramm<sup>5</sup>)**

Die größten Anteile am Programm nehmen die Informations- und Unterhaltungsbausteine ein. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich Information und Unterhaltung nicht unbedingt ausschließen und Informationsbeiträge durchaus auch unterhaltsam sein können, wie die Themenanalyse weiter unten zeigt. Die Informationsanteile ergeben sich aus Filmbeiträgen, informierenden Moderationen, Studiogesprächen etc. Musikclips, unterhaltende Moderation, Spiele u.ä. wurden unter Unterhaltung subsumiert. Die Serviceanteile ergeben sich fast ausschließlich aus den Wetterberichten, die mehrmals in verschiedener Präsentationsform und Informationsfülle auf dem Programm stehen. Unter Sonstiges werden u. a. Begrenzer zwischen Sendungen („RTL Pub“), für das Programm allgemein werbende Trailer sowie Sonderformen wie die Kochsendung „De Magazin Kichen“ am Freitag geführt.

Eine Darstellung der Verteilung der Programmbausteine über die gesamte Woche zeigt, dass es nur geringe Variationen in der Zusammensetzung des Programms gibt (vgl. Abbildung Verteilung der Programmbausteine des Abendprogramms im Wochenverlauf im Tabellenanhang sowie Tabelle 6 unten).

<sup>5</sup> Abendprogramm bezeichnet hier und in den folgenden Auswertungen das gesamte Programm der Woche von Mo., 19. Mai 2003 bis So., 25. Mai 2003 jeweils vom Sendungsbeginn um ca. 18.00 Uhr bis zum Beginn der Programmwiederholungen (in der Regel ca. 20.05 Uhr, soweit nicht explizit anders ausgewiesen. Eingeschlossen ist die Sondersendung zur Rede zur Lage der Nation am Dienstag Abend, an dem im Programm erst gegen 20.45 Wiederholungen ausgestrahlt werden.

Die grundlegenden Änderungen ergeben sich eher aufgrund der Variation des Sende-schemas an sich (am Di und So) und der damit verbundenen effektiven Länge des Abend-programms, weniger aufgrund von Variationen innerhalb des Sende-schemas.

	Infor- mation	Programm -info	Service	Sonstiges	Unter- haltung	Werbung	Gesamt
19.5.03	1:02:28	0:03:19	0:04:16	0:04:43	0:49:28	0:08:05	2:12:19
20.5.03	1:35:14	0:03:48	0:03:38	0:11:26	0:41:35	0:09:15	2:44:56
21.5.03	0:53:25	0:02:29	0:02:35	0:08:39	0:52:00	0:10:10	2:09:18
22.5.03	0:52:33	0:04:58	0:03:33	0:04:41	0:50:50	0:09:00	2:05:35
23.5.03	0:40:58	0:02:58	0:04:45	0:17:00	0:48:10	0:11:55	2:05:46
24.5.03	0:56:03	0:02:08	0:01:39	0:03:32	0:55:52	0:04:50	2:04:04
25.5.03	0:58:12	0:00:25		0:00:58		0:02:56	1:02:31

**Tabelle 6: Die einzelnen Programmbausteine nach Dauer und Tagen im Überblick**

#### Beitragsarten und Darstellungsformen

Untersucht man das Fernsehprogramm von RTL in Bezug auf die Beitragsarten und Darstellungsformen, zeichnen sich deutliche Schwerpunkte ab. Die drei Beitragsarten Filmbeitrag, Moderation und Musikclip machen bereits annähernd zwei Drittel des gesamten Programms aus. Diese Befunde sind auch bedingt durch die Art und Weise der Kodierung: inhaltliche Einheiten wie Filmbeiträge oder Reportagen wurden unabhängig von ihrer Komplexität als einzelner Beitrag kodiert, ggfs. in einem Filmbeitrag enthaltene Interviews werden also nicht separat ausgewiesen.

Verpackungs- und Trennelemente (Begrenzer, Sonstige) sowie Formen der Eigenwerbung und Programminformation (Trailer) machen jeweils nur einen kleinen Teil der Sendezeit aus. Werbung nimmt mit 6,5 Prozent der Sendezeit einen etwas größeren Anteil ein als bei dem Hörfunkprogramm von RTL.

Berichte und Interviews als Einzelform kommen eher selten vor. Betrachtet man die betreffenden Beiträge, so drängt sich der Schluss auf, sie seien dann die Darstellungsform der Wahl, wenn Live-Berichterstattung gefragt ist oder keine Zeit oder Gelegenheit für die Herstellung eines Filmberichts war. Berichte werden häufig im Rahmen der Sportberichterstattung präsentiert. Interviews gibt es beispielsweise aus dem Erdbebengebiet in Algerien (Telefoninterviews mit luxemburgischen Helfern vor Ort).

Form	Anteil
Begrenzer	2,0%
Bericht	0,5%
Filmbeitrag	27,5%
Interview	0,8%
Meldung	5,8%
Moderation	21,7%
Musikclip	14,2%
Reportage	4,7%
Sonstige	2,4%
Spiel	0,6%
Studiogespräch	8,1%
Trailer	3,1%
Werbebeitrag	6,5%
Wetterdienst	2,1%

**Tabelle 7: Anteile der Beitragsarten im Überblick (Abendprogramm)**

Aufgrund der – im Vergleich zum Hörfunk – größeren Unterschiede zwischen verschiedenen Sendungstypen kann Moderation unterschiedliche übergeordnete Funktionen übernehmen: Moderation im Fernsehen kann Information sein, wenn etwa ein Informationsbeitrag amodert wird, Moderation kann Unterhaltung sein, wenn beispielsweise zwei Moderatoren miteinander herumalbern. Moderation kann aber auch Programminformationen bieten. Informierende Moderation macht im Programm 38,9 Prozent aus, unterhaltende Moderation 54,7 Prozent, während auf Programminformation 4 Prozent und auf andere Arten ca. 2,5 Prozent entfallen.

Für die Moderation gibt es in den einzelnen Sendungen unterschiedliche Konzepte und dementsprechend verschiedene zeitliche Verteilungen. Während in der Sendung „Planet RTL“ überwiegend im Doppel moderiert wird und der Moderationsanteil in dieser Programmstunde (18.00 bis 19.00 Uhr) nahezu zwei Drittel (64 Prozent) der gesamten Moderationszeit im untersuchten Material ausmacht, werden die Sendungen „Planet RTL Boulevard“ und „De Magazin“ von einzelnen Moderatorinnen präsentiert. In der eher informationsorientierten 19-Uhr-Stunde ist der Moderationsanteil entsprechend kleiner und beträgt ca. 36 Prozent. Gleichzeitig findet fast 85 Prozent der unterhaltenden Moderation in der „Planet RTL“-Sendung statt, 90 Prozent der informierenden in der 19-Uhr-Stunde. Belege für die verschiedenen Konzeptionen der beiden Stunden lassen sich also an verschiedenen Stellen finden.

## Verteilung der Themenbereiche

Wie im Hörfunk stellt die Politik-berichterstattung mit über 22 Prozent den größten Themenbereich (RTL Radio am Werktag 21 Prozent), der Sport folgt mit 12 Prozent (RTL Radio am Werktag 15 Prozent). Lässt man jedoch die Sondersendung am Dienstag abend außen vor, reduziert sich der Politikanteil auf etwas über 14 Prozent und liegt dann nur noch knapp vor dem Sport.

Eine Betrachtung der Themenverteilung im Wochenverlauf zeigt, dass sich bestimmte Themenbereiche nur aus ein oder zwei Schwerpunktthemen speisen, etwa dem Topthema. So wird der überwiegende Teil der Berichterstattung zum Thema Schule/Bildung durch das Topthema am Montag (50 Jahre Europaschule) bestritten. Ähnlich ist es bei verschiedenen Kulturthemen, die nur in der Sendung „RTL Kultur“ behandelt werden; auch Gesundheit/Körper/Medizin wird zu einem großen Teil an einem einzigen Tag erbracht (Dienstag). Ob in der Themenverteilung ein wochentagsspezifisches Muster vorhanden ist, könnte nur mit einem oder mehreren weiteren Wochenschnitten geklärt werden.

Themenbereich	Anteil in Prozent
Politik	22,3%
Sport	12,2%
Soziales/Armut/Bafög/Rente	9,1%
Gesundheit/Körper/Medizin	8,9%
Wirtschaft/Arbeit	8,0%
Film	6,5%
Musik	4,0%
Schule/Bildung	3,7%
Kriminalität	3,1%
Reise/Tourismus	2,9%
Katastrophe/Unglück/Unfall	2,8%
Recht/Justiz	2,1%
Ökologie/Umwelt	2,0%
Freizeit	1,8%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	1,7%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	1,4%
Finanzen	1,3%
Bildende Kunst/Architektur	1,3%
Theater	1,1%
Küche	1,0%
Technik/Naturwissenschaft	0,9%
Kultur	0,9%
Verkehr/Auto	0,5%
Wetter	0,1%
Sonstiges	0,1%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	0,1%
Gesellschaft/Frauen	0,1%
Medien	0,0%
Lebensfragen/Partnerschaft	0,0%

### Auswertung von Themenreichweite und Ereignisort

Auch bei der Auswertung von Themenreichweite und Ereignisort (vgl. Tabelle 8) zeigt sich eine ähnliche Verteilung wie bei RTL Radio. Schwerpunkt der Berichterstattung liegt auf nationalen Themen, internationale Berichterstattung macht nur einen kleineren Teil aus. Noch deutlicher wird diese Orientierung aus der Verteilung der Themenbereiche zu bestimmten Ereignisorten: nur 13 Prozent der Politikberichterstattung beschäftigt sich mit Ereignissen im Ausland. Im Sport ergibt sich ein ähnliches Bild. Wiederum eher international orientiert ist die Berichterstattung zu Katastrophen und Anschlägen und bunten Themen, was sich daraus ergibt, dass entsprechende Themen mit hohem Nachrichtenwert sich selten in Luxemburg ereignen. Über ein Drittel der Berichterstattung erfolgt zu Ereignissen in Luxemburg-Stadt; ein Viertel zu Ereignissen im Ausland, 17 Prozent zu Ereignissen in Luxemburg-Land. Bei 13 Prozent der Themen lässt sich ein einzelner Ort nicht erkennen; nicht ortsgebundene Themen (z.B. Beiträge über das Schwitzen, asiatische Küche, energieeffizientes Bauen) machen ca. 5 Prozent aus.

Ereignisort	Anteil in Prozent	Themenreichweite	Anteil in Prozent
Luxemburg - Stadt	37,4%	national	48,3%
Ausland	25,0%	international	27,2%
Luxemburg - Land	17,1%	lokal	13,3%
kein Ort erkennbar	13,4%	nicht eingrenzbar	7,2%
nicht ortsgebunden	5,4%	regional	4,1%
Region (F)	0,9%		
Region (D)	0,8%		

Tabelle 8: Ereignisort und Themenreichweite im RTL Fernsehen

### Werbung

Werbung kommt im Fernsehprogramm von RTL in Form von Werbebeiträgen und in Form von gesponserten Sendungen oder Sendungsteilen vor. Werbeblöcke selbst werden mit einem Begrenzer eingeleitet (beispielsweise, aber nicht ausschließlich mit „RTL Pub“). Als Sponsorhinweise ins Programm eingestreute Werbebeiträge werden jedoch nicht explizit vom Programm abgetrennt.

Verschiedene Sendungen oder Sendungselemente sind von Werbepartnern gesponsert. Dazu gehört u. a. die Kochsendung „De Magazin Kichen“ am Freitag (Cactus Supermärkte, Galerie Moderne Möbelhaus) und Teile der Sendung „Planet RTL“ (P&T Luxembourg).

Im Gegensatz zum Hörfunk hat es der Zuschauer im Fernsehen aufgrund seiner zwei Kommunikationskanäle (auditive und visuelle Informationen) leichter, Werbebeiträge oder

gesponserte Sendungen zu erkennen. Informationen zur Kennzeichnung können auf einem oder auf beiden Kanälen vermittelt werden, was die Identifikation von Werbebotschaften erleichtert.

Auch im Fernsehen gibt es Beiträge, die sich in ihrer Information sehr an einem Produkt oder einem Produzenten orientieren. So wird am Freitag innerhalb der Sendung „Vum Maart op dem Dësch“ über die Blauschimmelkäseproduktion in der Auvergne berichtet. Im Bericht wird immer wieder das Produkt in Bild und Ton genannt, anhand dessen der Beitrag gedreht wurde. Der Beitrag enthält jedoch so viel produktunabhängige Information, dass man ihn nicht unbedingt als reinen Werbebeitrag auffassen kann.

### **Qualitative Programmbeobachtungen**

Nicht alle für eine Beurteilung der programmlichen Leistungen relevanten Aspekte lassen sich über das inhaltsanalytische Verfahren der Programmanalyse untersuchen. Auffällige Befunde aus der Programmanalyse müssen in einem zweiten Schritt einer qualitativen Betrachtung unterzogen werden. Im Abschnitt zur Hörfunkwerbung wurde bereits eine solche Analyse vorgestellt.

In einem weiteren Fall äußerte sich etwa der DNR-Nachrichtensprecher im Anschluss an eine Meldung kommentierend zum Grandprix d'Eurovision. Sinngemäß sagte er, dass er nicht verstehe, welche Geschmacksverirrung die Zuschauer dazu brachte, das österreichische Klamauk lied auf Platz 6 zu hieven. Das Problem entsteht hier weniger wegen der Äußerung an sich, sondern aufgrund der Platzierung und aufgrund der konkreten Rolle des Sprechers. Er präsentiert diese Meinungsäußerung in der Rolle und Funktion eines Nachrichtensprechers, dem seitens der Zuhörer Objektivität in der Präsentation der Meldungen unterstellt wird. Meinungsäußerungen in der Rolle des Nachrichtensprechers gefährden diese unterstellte Objektivität und damit die Glaubwürdigkeit des Programms, zumal der Hörer aufgrund der Sprecheridentität und des Sprachdukus den Wechsel von Informationsvermittlung zu Meinungsäußerung nicht unbedingt nachvollziehen kann. Eingebettet in eine Unterhaltung mit dem Moderator wäre die selbe Äußerung des selben Sprechers für den Hörer leicht als Meinungsäußerung identifizierbar und damit unproblematisch.

### **Der Vergleich zum Angebot der geschriebenen Presse**

Für die Analyse der Tagespresse wurden alle Bücher und alle Seiten der beiden untersuchten Stichtage erfasst. In den Tageszeitungen dominiert während der beiden untersuchten Tage der Sport als Thema Nummer eins. Ähnlich wie im Rundfunk nimmt die Politik ca. 15 Prozent des gesamten redaktionellen Angebots ein, gefolgt vom Themenbereich Wirtschaft/Arbeit. Diese über alle Tageszeitungen gemittelten Werte unterliegen großen Schwankungen: der Quotidien bestreitet fast ein Drittel seines Angebots mit Sport, das Journal

bringt zu einem Viertel Informationen zur Politik (vgl. Tabelle 9). Die Gleichartigkeit der Themenverteilung bei den drei Top-Themenbereichen Politik, Sport und Wirtschaft/Arbeit über alle Mediengattungen hinweg zeigt auch die Abbildung Themenverteilung in luxemburgischen Medien im Tabellenanhang.

Publikation	Journal	La Voix	Le Quotidien	Luxemburger Wort	Tageblatt	Zeitung	Mittelwert
Sport	1,3%	20,7%	32,6%	13,2%	22,0%	2,5%	17,3%
Politik	24,2%	10,7%	9,5%	16,3%	13,2%	23,8%	15,0%
Wirtschaft/Arbeit	11,5%	14,3%	10,9%	19,7%	11,5%	11,0%	13,9%
Freizeit	9,8%	2,8%	9,2%	9,2%	5,7%	2,0%	6,8%
Musik	3,6%	4,9%	4,6%	3,3%	2,8%	7,3%	4,0%
Finanzen	10,8%	8,2%	0,5%	1,5%	1,8%	0,0%	3,7%
Sonstiges	4,0%	0,5%	2,9%	4,2%	6,1%	1,1%	3,5%
Gesellschaft/ Frauen	6,8%	3,0%	1,1%	3,4%	2,7%	3,1%	3,2%
Kultur	3,6%	2,7%	2,1%	3,3%	3,5%	1,9%	3,0%
Gesundheit/ Körper/Medizin	2,0%	3,1%	2,8%	4,3%	0,7%	5,0%	2,8%
Schule/Bildung	5,3%	0,6%	2,3%	2,9%	3,3%	3,4%	2,8%
Recht/Justiz	0,4%	4,1%	2,3%	1,2%	2,3%	3,8%	2,2%
Katastrophe/ Unglück/Unfall	1,5%	0,9%	3,7%	1,2%	3,3%	4,5%	2,2%
Krieg/Bürgerkrieg/ Militäraktion	0,6%	1,5%	1,0%	1,7%	3,8%	5,0%	2,1%

Tabelle 9: Verteilung der wichtigsten Themen in der Tagespresse<sup>6</sup>

Auffallend sind die ungleichen Sportanteile in der Berichterstattung. Die Zeitung und das Journal haben kaum Sportberichterstattung, der Quotidien hingegen zeigt mit seinem Schwerpunkt auf dem Sport seine konzeptionelle Nähe zur Boulevardzeitung. Betrachtet man die Kumulation besonders harter Themen wie Politik, Wirtschaft/Arbeit und Finanzen so zeigen sich ebenfalls konzeptionelle Unterschiede in der Tagespresse (vgl. Tabelle 10).

Journal	La Voix	Le Quotidien	Luxemburger Wort	Tageblatt	Zeitung	Mittelwert
46,5%	33,1%	20,9%	37,5%	26,6%	34,8%	32,6%

Tabelle 10: Anteil harter Themen in der Tagespresse

<sup>6</sup> Die Aufstellung enthält Themen, auf die insgesamt mehr als zwei Prozent der Berichterstattung entfielen.

Während Journal und Luxemburger Wort, Voix und Zeitung jeweils einen deutlich über 30 Prozent liegenden Anteil harter Themen an der Gesamtberichterstattung aufweisen, setzen Tageblatt und Quotidien auf andere Konzeptionen.

Interessante Aufschlüsse über publizistische Konzepte ergeben sich auch aus der Betrachtung der Berichterstattung der Tagespresse im Vergleich zu den Funkmedien. Es zeigt sich insbesondere bei den Indikatoren der regionalen Verteilung von Themen ein Unterschied zu den Funkmedien. Während im Hörfunk die Berichterstattung mit lokaler bzw. regionaler Themenreichweite zusammen jeweils nicht mehr als 6 Prozent ausmacht, beträgt dieser Anteil in der Berichterstattung von RTL 17,4 Prozent, in der Berichterstattung der Tagespresse sogar 26,8 Prozent (vgl. Tabelle 11). Unabhängig von der regionalen Orientierung entfällt auf die Berichterstattung mit nationaler Reichweite jedoch der größte Anteil.

	Tageszeitung	RTL Radio	RTL Tele	DNR	Hundert,7
International	30,6%	34,4%	27,2%	32,5%	44,1%
Lokal	17,3%	8,1%	13,3%	0,2%	0,2%
National	42,5%	58,9%	48,3%	62,9%	48,2%
nicht eingrenzbar	0,1%	0,8%	7,2%	1,8%	0,3%
Regional	9,5%	4,6%	4,1%	2,1%	4,8%

**Tabelle 11: Themenreichweite im medienübergreifenden Vergleich** (Differenz zu 100 Prozent = keine Angabe)

Den größten Anteil an Themen mit lokaler bzw. regionaler Themenreichweite weist der Quotidien auf (35 Prozent), gefolgt vom Tageblatt und dem Luxemburger Wort (31 resp. 30 Prozent). Zeitung und Journal haben mit 13 resp. 20 Prozent den geringsten Anteil an nur lokal bzw. regional relevanten Themen.

Betrachtet man den Anteil der Berichterstattung zu Ereignissen, die außerhalb der Stadt Luxemburg stattfanden, erweisen sich ebenfalls die Tageszeitungen mit knapp 24 Prozent als am stärksten in der Region. Ihnen folgen die beiden RTL-Angeboten (ca. 17 Prozent), während Luxemburg-Land in der Berichterstattung von DNR und 100,7 nur eine kleine Rolle spielt (DNR: 5 Prozent, 100,7: 4 Prozent). Im Vergleich zu den Funkmedien erweist sich die Tageszeitung also eher als Medium für lokale und regionale Berichterstattung, gefolgt vom RTL Fernsehen. DNR und 100,7 sind hingegen bezüglich ihres Informationsangebots eher national und international orientierte Programme.



## Fazit

Beiträge, in denen Journalisten gegen Standesregeln verstoßen sind die Ausnahme, nicht die Regel. Wer erwartet, dass innerhalb einer Programmwoche viele verschiedene Beiträge unter Verweis auf den Verhaltenskodex zu kritisieren wären, würde die Ausnahme zur Regel machen und damit wenig Vertrauen in luxemburgischen Medien zeigen. Programmkontrolle braucht vielmehr – neben regelmäßigen größeren Untersuchungen wie der vorliegenden – auch regelmäßige Programmbeobachtungen von kleineren Programmeinheiten, die dafür um so detaillierter betrachtet werden können. Die vorliegende Programmanalyse war dafür ein erster Schritt. Sie wäre zu ergänzen um einen weiteren Zeitschnitt, der die Vergleichsmöglichkeiten vergrößern würde, weil insgesamt mehr Datenmaterial zu unterschiedlichen Zeitpunkten und unterschiedliche Nachrichtenlagen vorläge.

Ein erheblicher Teil der Informationsleistung in Hörfunk und Fernsehen wird über Studiogespräche erbracht. Ihre konkrete publizistische Leistung kann mit den Mitteln einer Programmanalyse nicht gegenstandsgerecht untersucht werden. Zu ihrer Analyse, etwa der Fragestrategien und des Themenmanagements, wäre eine eigene Studie notwendig, die der CNP beispielsweise im Rahmen von wissenschaftlichen Abschlussarbeiten an luxemburgische Studierende vergeben könnte. Gleichzeitig wäre zu untersuchen, inwiefern die häufig ohne Unterbrechung gesendeten Studiogespräche den Nutzungsgewohnheiten der Hörer entgegenkommen. Hier wären Rezeptionsstudien das adäquate Untersuchungsdesign.

Angesichts der oben dargestellten Verletzung der Norm zur Trennung von redaktionellen Informationen und Werbung sowie der Norm zur Trennung von Bericht und Meinung sollten die Anwendungsrichtlinien dieser Normen überdacht werden. Auf die Einhaltung der Trennungsnormen wäre verstärkt zu achten.

Handreichungen für die Klärung der Frage, ob RTL und 100,7 die im Pflichtenheft festgehaltenen inhaltlichen Auflagen erfüllt, kann die Programmanalyse nicht liefern. Dazu sind die Formulierungen im Pflichtenheft zu offen. So wäre etwa zu klären, wann ein Beitrag als „kulturell“ oder als an die Nicht-Luxemburger in Luxemburg gerichtet gilt. Festzuhalten ist einzig, dass RTL Fernsehen aufgrund der Programmübernahmen anderer RTL-Sender und der Doppelung des Hörfunkprogramms im Fernsehen hinter seinen Möglichkeiten zur Gestaltung eines vielfältigen Programms zurückbleibt.

Die Programmanalyse hat gezeigt, dass Luxemburg neben seinem Fernsehprogramm von RTL mit den drei untersuchten Hörfunkanbietern gleichzeitig vier Einheiten mit unterschiedlichen jeweils spezifischen publizistischen Profilen hat. RTL Fernsehen und RTL Radio mit ihrer Profilierung als Unterhaltungsprogramm und als auf das Land fokussierter Informationsanbieter, DNR als Unterhaltungsprogramm mit weniger stark profiliertem Informationsangebot sowie 100,7 als Kultur- und Informationsprogramm, das auch unabhängig von der aktuellen Nachrichtenlage gestaltet wird.

## Anhang: Literatur

- Blumers, Marianne (2000). Qualitätskontrolle im SWR : Ein theoretisches Modell auf dem Weg in den Redaktionsalltag. In: Media Perspektiven (5), 201-206.
- Brosius, Hans-Bernd; Weiler, Stefan (2000). Programmanalyse nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. München: Kopäd.
- Bucher, Hans-Jürgen (1995). Von der Inhaltsanalyse zur Programmstrukturanalyse. Am Beispiel regionaler privatrechtlicher Hörfunkprogramme in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. In: Bucher, Hans-Jürgen; Klingler, Walter; Schröter, Christian (Hg.). Radiotrends : Formate, Konzepte und Analysen. (85-102). Baden-Baden: Nomos.
- Bucher, Hans-Jürgen; Schröter, Christian (1990). Privat-rechtliche Hörfunkprogramme zwischen Kommerzialisierung und publizistischem Anspruch : Eine Programm- und Informationsanalyse für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. In: Media Perspektiven (8), 517-540.
- Buß, Michael; Gumbel, Harald (2000). Theoriegeleitete Evaluation im öffentlich-rechtlichen Rundfunk : Ein Konzept zur Qualitätsbewertung von Rundfunkangeboten. In: Media Perspektiven (5), 194-200.
- Drengberg, Joachim (1996). N-Joy Radio: Ein öffentlich-rechtliches Erfolgsradio : Zukunftsfähige Hörfunkangebote für Jugendliche. In: Media Perspektiven (3), 134-143.
- Klingler, Walter; Schröter, Christian (1993). Strukturanalysen von Radioprogrammen 1985 bis 1990 : Eine Zwischenbilanz der Hörfunkforschung im dualen System. In: Media Perspektiven (10), 479-490.
- Krähenbühl, Peter (2002). Qualitätsbeurteilung im Schweizer Fernsehen : Das Modell von SF DRS. In: Media Perspektiven (7), 314-318.
- Krüger, Udo Michael (2002). Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Vergleich : Programmanalyse 2001/II von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. In: Media Perspektiven (10), 512-530.
- Tebert, Miriam (2000). Erfolg durch Qualität : Programmcontrolling beim WDR Fernsehen. In: Media Perspektiven (2), 85-93.
- Volpers, Helmut; Salwiczek, Christian; Schnier, Detlef (2000). Regionalfenster im Programm von RTL und SAT.1 : eine vergleichende Inhaltsanalyse von Programmangeboten und journalistischer Qualität. Opladen: Leske + Budrich.



# **Tabellenanhang**

## Teil 1: Hörfunk

1. Gesamtübersicht der Programmbestandteile
  - a. 22. Mai 2003
    - i. RTL Radio
    - ii. DNR
    - iii. 100,7
  - b. 24. Mai 2003
    - i. RTL Radio
    - ii. DNR
    - iii. 100,7
  - c. 25. Mai 2003
    - i. RTL Radio
    - ii. DNR
    - iii. 100,7
  - d. 18. Oktober 2003
    - i. RTL Radio
    - ii. DNR
    - iii. 100,7
  - e. 19. Oktober 2003
    - i. RTL Radio
    - ii. DNR
    - iii. 100,7
2. Auswertung des Informationsangebots (22. Mai 2003)
  - a. RTL Radio
  - b. DNR
  - c. 100,7
3. Beispiel einer Kodierung (DNR 22. Mai 2003)
4. Beitragsformen im Tagesverlauf (22. Mai 2003)
  - a. RTL Radio
  - b. DNR
  - c. 100,7
5. Beitragsformen im Tagesverlauf (18. Oktober 2003)
  - a. RTL Radio
  - b. DNR

## Teil 2: Fernsehen

1. RTL Télé Lëtzebuerg – Verteilung der Programmbausteine des Abendprogramms im Wochenverlauf

## Teil 3: Übersichten

1. Themenverteilung in luxemburgischen Medien
2. Themenverteilung in der Tagespresse

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

22.05.2003, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	01:50:22	159	00:00:42	13,14%
Kirchliche Verkündigung	00:02:02	1	00:02:02	0,24%
Nachrichtenbeitrag	02:09:47	295	00:00:26	15,45%
	<b>04:02:11</b>	<b>455</b>		
	<b>28,83%</b>	<b>33,07%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:09:25	168	00:00:03	1,12%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:03:49	119	00:00:02	0,45%
Trailer - Programm	00:08:38	23	00:00:23	1,03%
Trailer - Programmbestandteil	00:00:24	1	00:00:24	0,05%
Trailer - Veranstaltung	00:05:48	10	00:00:35	0,69%
	<b>00:28:04</b>	<b>321</b>		
	<b>3,34%</b>	<b>23,33%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	01:11:21	282	00:00:15	8,49%
	<b>01:11:21</b>	<b>282</b>		
	<b>8,49%</b>	<b>20,49%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	06:55:19	121	00:03:26	49,44%
Musiktrenner	00:01:01	13	00:00:05	0,12%
	<b>06:56:20</b>	<b>134</b>		
	<b>49,56%</b>	<b>9,74%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Horoskop	00:04:01	2	00:02:01	0,48%
Sonstiges - Service/Dienste	00:05:58	2	00:02:59	0,71%
TV/Kino/Veranstaltung	00:08:00	9	00:00:53	0,95%
Verkehr/Straßendienst	00:06:01	20	00:00:18	0,72%
Wetterdienst	00:03:55	19	00:00:12	0,47%
	<b>00:27:55</b>	<b>52</b>		
	<b>3,32%</b>	<b>3,78%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:00:49	6	00:00:08	0,10%
	<b>00:00:49</b>	<b>6</b>		
	<b>0,10%</b>	<b>0,44%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:00:39	6	00:00:06	0,08%
Szene/Sketch/Kabarett	00:10:53	6	00:01:49	1,30%
	<b>00:11:32</b>	<b>12</b>		
	<b>1,37%</b>	<b>0,87%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:41:08	103	00:00:24	4,90%
Werbejingle	00:00:40	11	00:00:04	0,08%
	<b>00:41:48</b>	<b>114</b>		
	<b>4,98%</b>	<b>8,28%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>14:00:00</b>	<b>1376</b>		

# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

22.05.2003, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:13:16	28	00:00:28	1,58%
Nachrichtenbeitrag	01:37:17	271	00:00:22	11,58%
Sonstiges - Information	00:02:55	2	00:01:28	0,35%
	<b>01:53:28</b>	<b>301</b>		
	<b>13,51%</b>	<b>22,96%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:06:14	53	00:00:07	0,74%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:05:32	146	00:00:02	0,66%
Trailer - Programm	00:02:19	2	00:01:09	0,28%
Trailer - Programmbestandteil	00:04:35	14	00:00:20	0,55%
Trailer - Sonstiges	00:09:56	20	00:00:30	1,18%
Trailer - Veranstaltung	00:22:19	40	00:00:33	2,66%
	<b>00:50:55</b>	<b>275</b>		
	<b>6,06%</b>	<b>20,98%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	01:09:06	308	00:00:13	8,23%
	<b>01:09:06</b>	<b>308</b>		
	<b>8,23%</b>	<b>23,49%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	08:49:55	139	00:03:49	63,09%
	<b>08:49:55</b>	<b>139</b>		
	<b>63,09%</b>	<b>10,60%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:01:14	1	00:01:14	0,15%
TV/Kino/Veranstaltung	00:00:22	1	00:00:22	0,04%
Verkehr/Straßendienst	00:02:02	7	00:00:17	0,24%
Wetterdienst	00:08:01	27	00:00:18	0,95%
	<b>00:11:39</b>	<b>36</b>		
	<b>1,39%</b>	<b>2,75%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:00:08	2	00:00:04	0,02%
Sonstiges	00:00:18	1	00:00:18	0,04%
	<b>00:00:26</b>	<b>3</b>		
	<b>0,05%</b>	<b>0,23%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:05:16	91	00:00:03	0,63%
	<b>00:05:16</b>	<b>91</b>		
	<b>0,63%</b>	<b>6,94%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:59:15	158	00:00:23	7,05%
	<b>00:59:15</b>	<b>158</b>		
	<b>7,05%</b>	<b>12,05%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>14:00:00</b>	<b>1311</b>		

---

# 100,7

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

22.05.2003, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	02:28:01	43	00:03:27	17,62%
Nachrichtenbeitrag	01:59:38	167	00:00:43	14,24%
	<b>04:27:39</b>	<b>210</b>		
	<b>31,86%</b>	<b>33,55%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Jinglebett	00:02:29	17	00:00:09	0,30%
Kennungsjingle	00:07:31	25	00:00:18	0,89%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:02:48	24	00:00:07	0,33%
Trailer - Veranstaltung	00:11:18	13	00:00:52	1,35%
	<b>00:24:06</b>	<b>79</b>		
	<b>2,87%</b>	<b>12,62%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:48:57	185	00:00:16	5,83%
	<b>00:48:57</b>	<b>185</b>		
	<b>5,83%</b>	<b>29,55%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	06:36:13	93	00:04:16	47,17%
Musiktrenner	00:01:41	7	00:00:14	0,20%
	<b>06:37:54</b>	<b>100</b>		
	<b>47,37%</b>	<b>15,97%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:00:59	2	00:00:30	0,12%
TV/Kino/Veranstaltung	00:13:38	17	00:00:48	1,62%
Verkehr/Straßendienst	00:02:47	6	00:00:28	0,33%
Wetterdienst	00:07:06	12	00:00:36	0,85%
	<b>00:24:30</b>	<b>37</b>		
	<b>2,92%</b>	<b>5,91%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:01:58	5	00:00:24	0,23%
	<b>00:01:58</b>	<b>5</b>		
	<b>0,23%</b>	<b>0,80%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:00:13	2	00:00:06	0,03%
Lesung	01:14:21	7	00:10:37	8,85%
Szene/Sketch/Kabarett	00:00:22	1	00:00:22	0,04%
	<b>01:14:56</b>	<b>10</b>		
	<b>8,92%</b>	<b>1,60%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>14:00:00</b>	<b>626</b>		



# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

24.05.2003, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:36:11	17	00:02:08	30,15%
Nachrichtenbeitrag	00:14:54	29	00:00:31	12,42%
	<b>00:51:05</b>	<b>46</b>		
	<b>42,57%</b>	<b>31,72%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:00:54	14	00:00:04	0,75%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:25	15	00:00:02	0,35%
Trailer - Programm	00:01:35	5	00:00:19	1,32%
	<b>00:02:54</b>	<b>34</b>		
	<b>2,42%</b>	<b>23,45%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:04:31	33	00:00:08	3,76%
	<b>00:04:31</b>	<b>33</b>		
	<b>3,76%</b>	<b>22,76%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	00:56:08	14	00:04:01	46,78%
Musiktrenner	00:00:15	4	00:00:04	0,21%
	<b>00:56:23</b>	<b>18</b>		
	<b>46,99%</b>	<b>12,41%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Wetterdienst	00:01:10	4	00:00:18	0,97%
	<b>00:01:10</b>	<b>4</b>		
	<b>0,97%</b>	<b>2,76%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:03:57	10	00:00:24	3,29%
	<b>00:03:57</b>	<b>10</b>		
	<b>3,29%</b>	<b>6,90%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>145</b>		

# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

24.05.2003, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Nachrichtenbeitrag	00:20:48	47	00:00:27	17,33%
	<b>00:20:48</b>	<b>47</b>		
	<b>17,33%</b>	<b>27,33%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:00:54	8	00:00:07	0,75%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:27	16	00:00:02	0,37%
Trailer - Sonstiges	00:00:29	1	00:00:29	0,40%
Trailer - Veranstaltung	00:01:29	3	00:00:30	1,24%
	<b>00:03:19</b>	<b>28</b>		
	<b>2,76%</b>	<b>16,28%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:10:23	35	00:00:18	8,65%
	<b>00:10:23</b>	<b>35</b>		
	<b>8,65%</b>	<b>20,35%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	01:12:56	21	00:03:28	60,78%
	<b>01:12:56</b>	<b>21</b>		
	<b>60,78%</b>	<b>12,21%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Verkehr/Straßendienst	00:01:03	4	00:00:16	0,87%
Wetterdienst	00:01:16	3	00:00:25	1,06%
	<b>00:02:19</b>	<b>7</b>		
	<b>1,93%</b>	<b>4,07%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Comical/Radiofigur	00:00:13	1	00:00:13	0,18%
Einspielungen/Soundeffekte	00:00:37	12	00:00:03	0,51%
	<b>00:00:50</b>	<b>13</b>		
	<b>0,69%</b>	<b>7,56%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:09:25	21	00:00:27	7,85%
	<b>00:09:25</b>	<b>21</b>		
	<b>7,85%</b>	<b>12,21%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>172</b>		

---

# 100,7

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

24.05.2003, 12.00 bis 14.00 Uhr

---

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:56:10	5	00:11:14	46,81%
Nachrichtenbeitrag	00:17:30	19	00:00:55	14,58%
	<b>01:13:40</b>	<b>24</b>		
	<b>61,39%</b>	<b>33,80%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:01:36	8	00:00:12	1,33%
Trailer - Veranstaltung	00:02:17	2	00:01:08	1,90%
	<b>00:03:53</b>	<b>10</b>		
	<b>3,24%</b>	<b>14,08%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:06:11	22	00:00:17	5,15%
	<b>00:06:11</b>	<b>22</b>		
	<b>5,15%</b>	<b>30,99%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	00:32:39	9	00:03:38	27,21%
Musiktrenner	00:00:03	1	00:00:03	0,04%
	<b>00:32:42</b>	<b>10</b>		
	<b>27,25%</b>	<b>14,08%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
TV/Kino/Veranstaltung	00:02:34	2	00:01:17	2,14%
Wetterdienst	00:00:15	1	00:00:15	0,21%
	<b>00:02:49</b>	<b>3</b>		
	<b>2,35%</b>	<b>4,23%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:00:01	1	00:00:01	0,01%
	<b>00:00:01</b>	<b>1</b>		
	<b>0,01%</b>	<b>1,41%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:00:44	1	00:00:44	0,61%
	<b>00:00:44</b>	<b>1</b>		
	<b>0,61%</b>	<b>1,41%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>71</b>		

---

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

25.05.2003, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:05:54	17	00:00:21	4,92%
Nachrichtenbeitrag	00:27:51	71	00:00:24	23,21%
	<b>00:33:45</b>	<b>88</b>		
	<b>28,12%</b>	<b>49,16%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:00:55	13	00:00:04	0,76%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:25	14	00:00:02	0,35%
Trailer - Programm	00:03:07	7	00:00:27	2,60%
	<b>00:04:27</b>	<b>34</b>		
	<b>3,71%</b>	<b>18,99%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:03:09	28	00:00:07	2,62%
	<b>00:03:09</b>	<b>28</b>		
	<b>2,62%</b>	<b>15,64%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	01:13:59	17	00:04:21	61,65%
Musiktrenner	00:00:26	2	00:00:13	0,36%
	<b>01:14:25</b>	<b>19</b>		
	<b>62,01%</b>	<b>10,61%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:01:29	1	00:01:29	1,24%
Wetterdienst	00:00:55	4	00:00:14	0,76%
	<b>00:02:24</b>	<b>5</b>		
	<b>2,00%</b>	<b>2,79%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:00:15	1	00:00:15	0,21%
	<b>00:00:15</b>	<b>1</b>		
	<b>0,21%</b>	<b>0,56%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:01:35	4	00:00:24	1,32%
	<b>00:01:35</b>	<b>4</b>		
	<b>1,32%</b>	<b>2,23%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>179</b>		

# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

25.05.2003, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:06:28	3	00:02:09	5,39%
Nachrichtenbeitrag	00:14:19	39	00:00:22	11,93%
	<b>00:20:47</b>	<b>42</b>		
	<b>17,32%</b>	<b>28,00%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:01:10	7	00:00:10	0,97%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:25	17	00:00:01	0,35%
Trailer - Programm	00:02:34	2	00:01:17	2,14%
Trailer - Sonstiges	00:01:00	2	00:00:30	0,83%
Trailer - Veranstaltung	00:01:21	2	00:00:41	1,12%
	<b>00:06:30</b>	<b>30</b>		
	<b>5,42%</b>	<b>20,00%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:09:17	39	00:00:14	7,74%
	<b>00:09:17</b>	<b>39</b>		
	<b>7,74%</b>	<b>26,00%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	01:18:35	22	00:03:34	65,49%
	<b>01:18:35</b>	<b>22</b>		
	<b>65,49%</b>	<b>14,67%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Wetterdienst	00:00:16	1	00:00:16	0,22%
	<b>00:00:16</b>	<b>1</b>		
	<b>0,22%</b>	<b>0,67%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:00:20	5	00:00:04	0,28%
	<b>00:00:20</b>	<b>5</b>		
	<b>0,28%</b>	<b>3,33%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:04:15	11	00:00:23	3,54%
	<b>00:04:15</b>	<b>11</b>		
	<b>3,54%</b>	<b>7,33%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>150</b>		

---

# 100,7

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

25.05.2003, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:22:02	32	00:00:41	18,36%
Nachrichtenbeitrag	00:23:14	17	00:01:22	19,36%
	<b>00:45:16</b>	<b>49</b>		
	<b>37,72%</b>	<b>49,49%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Jinglebett	00:00:23	2	00:00:11	0,32%
Kennungsjingle	00:00:34	2	00:00:17	0,47%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:16	3	00:00:05	0,22%
	<b>00:01:13</b>	<b>7</b>		
	<b>1,01%</b>	<b>7,07%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:05:43	21	00:00:16	4,76%
	<b>00:05:43</b>	<b>21</b>		
	<b>4,76%</b>	<b>21,21%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	01:06:44	16	00:04:10	55,61%
	<b>01:06:44</b>	<b>16</b>		
	<b>55,61%</b>	<b>16,16%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Wetterdienst	00:00:19	1	00:00:19	0,26%
	<b>00:00:19</b>	<b>1</b>		
	<b>0,26%</b>	<b>1,01%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:00:01	1	00:00:01	0,01%
	<b>00:00:01</b>	<b>1</b>		
	<b>0,01%</b>	<b>1,01%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:00:44	4	00:00:11	0,61%
	<b>00:00:44</b>	<b>4</b>		
	<b>0,61%</b>	<b>4,04%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>99</b>		

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

18.10.2003, 14.00 bis 22.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	01:20:39	55	00:01:28	16,80%
Nachrichtenbeitrag	01:04:23	159	00:00:24	13,41%
	<b>02:25:02</b>	<b>214</b>		
	<b>30,22%</b>	<b>39,12%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:05:07	65	00:00:05	1,07%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:50	26	00:00:02	0,17%
Trailer - Internet	00:00:49	2	00:00:25	0,17%
Trailer - Programm	00:07:31	16	00:00:28	1,57%
Trailer - Veranstaltung	00:01:38	3	00:00:33	0,34%
	<b>00:15:55</b>	<b>112</b>		
	<b>3,32%</b>	<b>20,48%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:25:20	110	00:00:14	5,28%
	<b>00:25:20</b>	<b>110</b>		
	<b>5,28%</b>	<b>20,11%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	04:38:52	80	00:03:29	58,10%
	<b>04:38:52</b>	<b>80</b>		
	<b>58,10%</b>	<b>14,63%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:00:51	1	00:00:51	0,18%
TV/Kino/Veranstaltung	00:02:52	1	00:02:52	0,60%
Wetterdienst	00:01:43	8	00:00:13	0,36%
	<b>00:05:26</b>	<b>10</b>		
	<b>1,13%</b>	<b>1,83%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:00:12	2	00:00:06	0,04%
	<b>00:00:12</b>	<b>2</b>		
	<b>0,04%</b>	<b>0,37%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:01:47	1	00:01:47	0,37%
Sonstiges - Unterhaltung	00:00:51	2	00:00:26	0,18%
	<b>00:02:38</b>	<b>3</b>		
	<b>0,55%</b>	<b>0,55%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:06:35	16	00:00:25	1,37%
	<b>00:06:35</b>	<b>16</b>		
	<b>1,37%</b>	<b>2,93%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>08:00:00</b>	<b>547</b>		

# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

18.10.2003, 14.00 bis 22.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:25:18	47	00:00:32	5,27%
Nachrichtenbeitrag	00:19:17	56	00:00:21	4,02%
	<b>00:44:35</b>	<b>103</b>		
	<b>9,29%</b>	<b>21,55%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:02:02	20	00:00:06	0,42%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:01:41	48	00:00:02	0,35%
Trailer - Programm	00:04:04	16	00:00:15	0,85%
Trailer - Programmbestandteil	00:01:18	8	00:00:10	0,27%
Trailer - Sonstiges	00:04:25	13	00:00:20	0,92%
Trailer - Veranstaltung	00:06:37	14	00:00:28	1,38%
	<b>00:20:07</b>	<b>119</b>		
	<b>4,19%</b>	<b>24,90%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:18:20	110	00:00:10	3,82%
	<b>00:18:20</b>	<b>110</b>		
	<b>3,82%</b>	<b>23,01%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	06:26:26	109	00:03:33	80,51%
Musiktrenner	00:00:02	1	00:00:02	0,01%
	<b>06:26:28</b>	<b>110</b>		
	<b>80,51%</b>	<b>23,01%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
TV/Kino/Veranstaltung	00:00:19	1	00:00:19	0,07%
Wetterdienst	00:00:26	1	00:00:26	0,09%
	<b>00:00:45</b>	<b>2</b>		
	<b>0,16%</b>	<b>0,42%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:02:08	3	00:00:43	0,44%
	<b>00:02:08</b>	<b>3</b>		
	<b>0,44%</b>	<b>0,63%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:01:19	16	00:00:05	0,27%
	<b>00:01:19</b>	<b>16</b>		
	<b>0,27%</b>	<b>3,35%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:06:18	15	00:00:25	1,31%
	<b>00:06:18</b>	<b>15</b>		
	<b>1,31%</b>	<b>3,14%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>08:00:00</b>	<b>478</b>		



# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

19.10.2003, 14.00 bis 22.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	01:21:32	65	00:01:15	16,99%
Nachrichtenbeitrag	01:28:01	168	00:00:31	18,34%
	<b>02:49:33</b>	<b>233</b>		
	<b>35,32%</b>	<b>46,88%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:03:02	41	00:00:04	0,63%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:45	25	00:00:02	0,16%
Trailer - Internet	00:00:48	2	00:00:24	0,17%
Trailer - Programm	00:08:11	17	00:00:29	1,70%
	<b>00:12:46</b>	<b>85</b>		
	<b>2,66%</b>	<b>17,10%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:07:49	66	00:00:07	1,63%
	<b>00:07:49</b>	<b>66</b>		
	<b>1,63%</b>	<b>13,28%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	04:35:15	81	00:03:24	57,34%
	<b>04:35:15</b>	<b>81</b>		
	<b>57,34%</b>	<b>16,30%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:02:56	1	00:02:56	0,61%
TV/Kino/Veranstaltung	00:02:09	2	00:01:04	0,45%
Wetterdienst	00:01:57	8	00:00:15	0,41%
	<b>00:07:02</b>	<b>11</b>		
	<b>1,47%</b>	<b>2,21%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:00:16	4	00:00:04	0,06%
	<b>00:00:16</b>	<b>4</b>		
	<b>0,06%</b>	<b>0,80%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:01:00	1	00:01:00	0,21%
Szene/Sketch/Kabarett	00:00:41	1	00:00:41	0,14%
	<b>00:01:41</b>	<b>2</b>		
	<b>0,35%</b>	<b>0,40%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:05:38	15	00:00:23	1,17%
	<b>00:05:38</b>	<b>15</b>		
	<b>1,17%</b>	<b>3,02%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>08:00:00</b>	<b>497</b>		

# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

19.10.2003, 14.00 bis 22.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:17:39	51	00:00:21	3,68%
Nachrichtenbeitrag	00:26:15	90	00:00:17	5,47%
	<b>00:43:54</b>	<b>141</b>		
	<b>9,15%</b>	<b>27,92%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:05:27	52	00:00:06	1,14%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:01:59	51	00:00:02	0,41%
Trailer - Internet	00:01:34	3	00:00:31	0,33%
Trailer - Programm	00:00:11	1	00:00:11	0,04%
Trailer - Veranstaltung	00:05:05	10	00:00:31	1,06%
	<b>00:14:16</b>	<b>117</b>		
	<b>2,97%</b>	<b>23,17%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:24:15	110	00:00:13	5,05%
	<b>00:24:15</b>	<b>110</b>		
	<b>5,05%</b>	<b>21,78%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	06:31:52	114	00:03:26	81,64%
Musiktrenner	00:00:02	1	00:00:02	0,01%
	<b>06:31:54</b>	<b>115</b>		
	<b>81,65%</b>	<b>22,77%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Wetterdienst	00:00:25	1	00:00:25	0,09%
	<b>00:00:25</b>	<b>1</b>		
	<b>0,09%</b>	<b>0,20%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:01:29	6	00:00:15	0,31%
	<b>00:01:29</b>	<b>6</b>		
	<b>0,31%</b>	<b>1,19%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:00:36	8	00:00:04	0,13%
	<b>00:00:36</b>	<b>8</b>		
	<b>0,13%</b>	<b>1,58%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:03:11	7	00:00:27	0,66%
	<b>00:03:11</b>	<b>7</b>		
	<b>0,66%</b>	<b>1,39%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>08:00:00</b>	<b>505</b>		

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Auswertung des Informationsangebots

22.05.2003, 06.00 bis 20.00 Uhr

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt</b>				
Meldung	01:39:29	259	00:00:23	41,08%
Studiogespräch (live)	00:52:48	15	00:03:31	21,80%
Statement/Meinung	00:30:42	57	00:00:32	12,68%
Bericht	00:22:47	66	00:00:21	9,41%
Telefonbericht	00:12:37	17	00:00:45	5,21%
Telefoninterview	00:07:44	3	00:02:35	3,19%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:04:45	18	00:00:16	1,96%
Umfrage	00:03:26	5	00:00:41	1,42%
Interview	00:03:17	3	00:01:06	1,36%
Schlagzeilen	00:02:48	5	00:00:34	1,16%
Biographie/Portrait	00:01:48	7	00:00:15	0,74%

## Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

### Informationsbeitrag

Studiogespräch (live)	00:52:48	15	00:03:31	21,80%
Statement/Meinung	00:14:08	28	00:00:30	5,84%
Bericht	00:10:05	37	00:00:16	4,16%
Telefonbericht	00:09:31	14	00:00:41	3,93%
Meldung	00:07:10	31	00:00:14	2,96%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:04:45	18	00:00:16	1,96%
Telefoninterview	00:04:22	2	00:02:11	1,80%
Umfrage	00:03:26	5	00:00:41	1,42%
Interview	00:02:19	2	00:01:09	0,96%
Biographie/Portrait	00:01:48	7	00:00:15	0,74%
	<b>01:50:22</b>	<b>159</b>		
	<b>45,57%</b>	<b>34,95%</b>		

### Kirchliche Verkündigung

Statement/Meinung	00:02:02	1	00:02:02	0,84%
	<b>00:02:02</b>	<b>1</b>		
	<b>0,84%</b>	<b>0,22%</b>		

### Nachrichtenbeitrag

Meldung	01:32:19	228	00:00:24	38,12%
Statement/Meinung	00:14:32	28	00:00:31	6,00%
Bericht	00:12:42	29	00:00:26	5,24%
Telefoninterview	00:03:22	1	00:03:22	1,39%
Telefonbericht	00:03:06	3	00:01:02	1,28%
Schlagzeilen	00:02:48	5	00:00:34	1,16%
Interview	00:00:58	1	00:00:58	0,40%
	<b>02:09:47</b>	<b>295</b>		
	<b>53,59%</b>	<b>64,84%</b>		

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</b>				
Politik	00:50:53	96	00:00:32	21,01%
Sport	00:36:35	107	00:00:21	15,11%
Musik	00:29:09	64	00:00:27	12,04%
Kriminalität	00:22:29	34	00:00:40	9,28%
Wirtschaft/Arbeit	00:20:29	37	00:00:33	8,46%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:20:24	11	00:01:51	8,42%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:16:04	32	00:00:30	6,63%
Film	00:07:40	11	00:00:42	3,17%
Schule/Bildung	00:06:40	15	00:00:27	2,75%
Küche/Haus/Garten	00:05:32	4	00:01:23	2,28%
Medien	00:04:25	1	00:04:25	1,82%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:04:05	8	00:00:31	1,69%
Kultur	00:02:59	7	00:00:26	1,23%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:02:53	10	00:00:17	1,19%
(keine Angabe)	00:02:48	5	00:00:34	1,16%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:02:42	5	00:00:32	1,11%
Technik/Naturwissenschaft	00:02:07	1	00:02:07	0,87%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:02:02	1	00:02:02	0,84%
Sonstiges	00:01:00	2	00:00:30	0,41%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:00:36	1	00:00:36	0,25%
Bildende Kunst/Architektur	00:00:22	1	00:00:22	0,15%
Verkehr/Auto	00:00:17	2	00:00:09	0,12%
<b>Summe :</b>	<b>04:02:11</b>	<b>455</b>		

<b>Themenbereiche der Informationsbeiträge</b>				
Musik	00:28:49	63	00:00:27	26,11%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:20:09	10	00:02:01	18,26%
Sport	00:17:19	37	00:00:28	15,69%
Politik	00:08:46	1	00:08:46	7,94%
Schule/Bildung	00:06:16	14	00:00:27	5,68%
Küche/Haus/Garten	00:05:32	4	00:01:23	5,01%
Film	00:05:19	8	00:00:40	4,82%
Medien	00:04:25	1	00:04:25	4,00%
Wirtschaft/Arbeit	00:04:06	3	00:01:22	3,71%
Kultur	00:02:59	7	00:00:26	2,70%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:02:42	5	00:00:32	2,45%
Technik/Naturwissenschaft	00:02:07	1	00:02:07	1,92%
Sonstiges	00:01:00	2	00:00:30	0,91%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:00:36	1	00:00:36	0,54%
Verkehr/Auto	00:00:17	2	00:00:09	0,26%
<b>Summe :</b>	<b>01:50:22</b>	<b>159</b>		

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</b>				
Politik	00:42:07	95	00:00:27	32,45%
Kriminalität	00:22:29	34	00:00:40	17,32%
Sport	00:19:16	70	00:00:17	14,85%
Wirtschaft/Arbeit	00:16:23	34	00:00:29	12,62%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:16:04	32	00:00:30	12,38%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:04:05	8	00:00:31	3,15%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:02:53	10	00:00:17	2,22%
(keine Angabe)	00:02:48	5	00:00:34	2,16%
Film	00:02:21	3	00:00:47	1,81%
Schule/Bildung	00:00:24	1	00:00:24	0,31%
Bildende Kunst/Architektur	00:00:22	1	00:00:22	0,28%
Musik	00:00:20	1	00:00:20	0,26%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:00:15	1	00:00:15	0,19%
<b>Summe :</b>	<b>02:09:47</b>	<b>295</b>		

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenreichweite</b>				
national	02:22:40	199	00:00:43	58,91%
international	01:23:24	206	00:00:24	34,44%
regional	00:11:10	37	00:00:18	4,61%
(keine Angabe)	00:02:48	5	00:00:34	1,16%
lokal	00:01:58	6	00:00:20	0,81%
nicht eingrenzbar	00:00:11	2	00:00:06	0,08%
<b>Summe :</b>	<b>04:02:11</b>	<b>455</b>		

<b>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</b>				
national	01:14:52	61	00:01:14	67,83%
international	00:28:41	76	00:00:23	25,99%
regional	00:06:38	20	00:00:20	6,01%
nicht eingrenzbar	00:00:11	2	00:00:06	0,17%
<b>Summe :</b>	<b>01:50:22</b>	<b>159</b>		

<b>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</b>				
national	01:05:46	137	00:00:29	50,67%
international	00:54:43	130	00:00:25	42,16%
regional	00:04:32	17	00:00:16	3,49%
(keine Angabe)	00:02:48	5	00:00:34	2,16%
lokal	00:01:58	6	00:00:20	1,52%
<b>Summe :</b>	<b>02:09:47</b>	<b>295</b>		

<b>RTL Radio Lëtzebuerq vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Ausland	01:17:30	208	00:00:22	32,00%
Luxemburg-Stadt	01:08:06	133	00:00:31	28,12%
Studio	00:52:48	15	00:03:31	21,80%
Luxemburg-Land	00:40:07	88	00:00:27	16,56%
(keine Angabe)	00:02:48	5	00:00:34	1,16%
Region (D)	00:00:30	2	00:00:15	0,21%
Region (B)	00:00:11	2	00:00:06	0,08%
nicht ortsgebunden	00:00:11	2	00:00:06	0,08%
<b>Summe :</b>	<b>04:02:11</b>	<b>455</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Studio	00:52:48	15	00:03:31	47,84%
Luxemburg-Land	00:22:13	48	00:00:28	20,13%
Ausland	00:21:13	75	00:00:17	19,22%
Luxemburg-Stadt	00:13:57	19	00:00:44	12,64%
nicht ortsgebunden	00:00:11	2	00:00:06	0,17%
<b>Summe :</b>	<b>01:50:22</b>	<b>159</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Ausland	00:56:17	133	00:00:25	43,37%
Luxemburg-Stadt	00:52:07	113	00:00:28	40,16%
Luxemburg-Land	00:17:54	40	00:00:27	13,79%
(keine Angabe)	00:02:48	5	00:00:34	2,16%
Region (D)	00:00:30	2	00:00:15	0,39%
Region (B)	00:00:11	2	00:00:06	0,14%
<b>Summe :</b>	<b>02:09:47</b>	<b>295</b>		

---

# DNR

## Auswertung des Informationsangebots

22.05.2003, 06.00 bis 20.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt

Meldung	01:13:24	223	00:00:20	64,69%
Statement/Meinung	00:19:45	36	00:00:33	17,41%
Bericht	00:15:47	37	00:00:26	13,91%
Studiogespräch (live)	00:02:05	1	00:02:05	1,84%
Sonstiges	00:01:05	1	00:01:05	0,95%
Telefoninterview	00:00:50	1	00:00:50	0,73%
Schlagzeilen	00:00:32	2	00:00:16	0,47%

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

#### Informationsbeitrag

Bericht	00:06:21	15	00:00:25	5,60%
Statement/Meinung	00:05:50	12	00:00:29	5,14%
Sonstiges	00:01:05	1	00:01:05	0,95%
	<b>00:13:16</b>	<b>28</b>		
	<b>11,69%</b>	<b>9,30%</b>		

---

#### Nachrichtenbeitrag

Meldung	01:13:24	223	00:00:20	64,69%
Statement/Meinung	00:13:55	24	00:00:35	12,26%
Bericht	00:09:26	22	00:00:26	8,31%
Schlagzeilen	00:00:32	2	00:00:16	0,47%
	<b>01:37:17</b>	<b>271</b>		
	<b>85,74%</b>	<b>90,03%</b>		

---

#### Sonstiges - Information

Studiogespräch (live)	00:02:05	1	00:02:05	1,84%
Telefoninterview	00:00:50	1	00:00:50	0,73%
	<b>00:02:55</b>	<b>2</b>		
	<b>2,57%</b>	<b>0,66%</b>		

---

---



<b>DNR vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</b>				
Politik	00:33:47	79	00:00:26	29,77%
Kriminalität	00:14:03	25	00:00:34	12,38%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:13:58	40	00:00:21	12,31%
Wirtschaft/Arbeit	00:12:53	38	00:00:20	11,35%
Sport	00:11:09	61	00:00:11	9,83%
Recht/Justiz	00:07:41	18	00:00:26	6,77%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:06:22	11	00:00:35	5,61%
Kultur	00:04:15	15	00:00:17	3,75%
Küche/Haus/Garten	00:02:05	1	00:02:05	1,84%
Sonstiges	00:01:57	4	00:00:29	1,72%
Schule/Bildung	00:01:56	4	00:00:29	1,70%
Musik	00:01:34	1	00:01:34	1,38%
Verkehr/Auto	00:01:05	1	00:01:05	0,95%
(keine Angabe)	00:00:32	2	00:00:16	0,47%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:00:11	1	00:00:11	0,16%
<b>Summe :</b>	<b>01:53:28</b>	<b>301</b>		

<b>Themenbereiche der Informationsbeiträge</b>				
Gesundheit/Körper/Medizin	00:06:22	11	00:00:35	47,99%
Kultur	00:04:15	15	00:00:17	32,04%
Musik	00:01:34	1	00:01:34	11,81%
Verkehr/Auto	00:01:05	1	00:01:05	8,17%
<b>Summe :</b>	<b>00:13:16</b>	<b>28</b>		

<b>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</b>				
Politik	00:33:47	79	00:00:26	34,73%
Kriminalität	00:14:03	25	00:00:34	14,44%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:13:58	40	00:00:21	14,36%
Wirtschaft/Arbeit	00:12:53	38	00:00:20	13,24%
Sport	00:11:09	61	00:00:11	11,46%
Recht/Justiz	00:07:41	18	00:00:26	7,90%
Schule/Bildung	00:01:56	4	00:00:29	1,99%
Sonstiges	00:01:07	3	00:00:22	1,15%
(keine Angabe)	00:00:32	2	00:00:16	0,55%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:00:11	1	00:00:11	0,19%
<b>Summe :</b>	<b>01:37:17</b>	<b>271</b>		

<b>DNR vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenreichweite</b>				
national	01:11:25	171	00:00:25	62,94%
international	00:36:54	118	00:00:19	32,52%
regional	00:02:21	8	00:00:18	2,07%
nicht eingrenzbar	00:02:05	1	00:02:05	1,84%
(keine Angabe)	00:00:32	2	00:00:16	0,47%
lokal	00:00:11	1	00:00:11	0,16%
<b>Summe :</b>	<b>01:53:28</b>	<b>301</b>		
<b>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</b>				
national	00:11:30	26	00:00:27	86,68%
international	00:01:34	1	00:01:34	11,81%
regional	00:00:12	1	00:00:12	1,51%
<b>Summe :</b>	<b>00:13:16</b>	<b>28</b>		
<b>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</b>				
national	00:59:05	144	00:00:25	60,73%
international	00:35:20	117	00:00:18	36,32%
regional	00:02:09	7	00:00:18	2,21%
(keine Angabe)	00:00:32	2	00:00:16	0,55%
lokal	00:00:11	1	00:00:11	0,19%
<b>Summe :</b>	<b>01:37:17</b>	<b>271</b>		

<b>DNR vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Luxemburg-Stadt	01:05:25	144	00:00:27	57,65%
Ausland	00:38:40	122	00:00:19	34,08%
Luxemburg-Land	00:05:36	29	00:00:12	4,94%
Studio	00:02:05	1	00:02:05	1,84%
nicht ortsgebunden	00:01:10	3	00:00:23	1,03%
(keine Angabe)	00:00:32	2	00:00:16	0,47%
<b>Summe :</b>	<b>01:53:28</b>	<b>301</b>		
<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Stadt	00:11:42	27	00:00:26	88,19%
Ausland	00:01:34	1	00:01:34	11,81%
<b>Summe :</b>	<b>00:13:16</b>	<b>28</b>		
<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Stadt	00:53:43	117	00:00:28	55,22%
Ausland	00:37:06	121	00:00:18	38,14%
Luxemburg-Land	00:05:36	29	00:00:12	5,76%
(keine Angabe)	00:00:32	2	00:00:16	0,55%
nicht ortsgebunden	00:00:20	2	00:00:10	0,34%
<b>Summe :</b>	<b>01:37:17</b>	<b>271</b>		

---

**100,7****Auswertung des Informationsangebots**22.05.2003, 06.00 bis 20.00 Uhr

---

	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt</b>				
Studiogespräch (live)	01:23:18	10	00:08:20	31,12%
Meldung	01:01:36	100	00:00:37	23,02%
Bericht	00:57:55	49	00:01:11	21,64%
Statement/Meinung	00:28:40	31	00:00:55	10,71%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:07:50	3	00:02:37	2,93%
Interview	00:07:02	3	00:02:21	2,63%
Biographie/Portrait	00:05:07	3	00:01:42	1,91%
Kommentar	00:04:18	2	00:02:09	1,61%
Schlagzeilen	00:03:54	4	00:00:58	1,46%
Interpretation/Erklärstück	00:03:00	3	00:01:00	1,12%
Telefoninterview	00:02:52	1	00:02:52	1,07%
Presseschau	00:02:07	1	00:02:07	0,79%

---

**Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen****Informationsbeitrag**

Studiogespräch (live)	01:17:44	9	00:08:38	29,04%
Bericht	00:35:05	15	00:02:20	13,11%
Statement/Meinung	00:10:58	5	00:02:12	4,10%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:07:15	2	00:03:37	2,71%
Interview	00:07:02	3	00:02:21	2,63%
Biographie/Portrait	00:05:07	3	00:01:42	1,91%
Interpretation/Erklärstück	00:03:00	3	00:01:00	1,12%
Meldung	00:01:15	2	00:00:37	0,47%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:00:35	1	00:00:35	0,22%
	<b>02:28:01</b>	<b>43</b>		
	<b>55,30%</b>	<b>20,48%</b>		

---

**Nachrichtenbeitrag**

Meldung	01:00:21	98	00:00:37	22,55%
Bericht	00:22:50	34	00:00:40	8,53%
Statement/Meinung	00:17:42	26	00:00:41	6,61%
Studiogespräch (live)	00:05:34	1	00:05:34	2,08%
Kommentar	00:04:18	2	00:02:09	1,61%
Schlagzeilen	00:03:54	4	00:00:58	1,46%
Telefoninterview	00:02:52	1	00:02:52	1,07%
Presseschau	00:02:07	1	00:02:07	0,79%
	<b>01:59:38</b>	<b>167</b>		
	<b>44,70%</b>	<b>79,52%</b>		

---

---

<b>100.7 vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</b>				
Schule/Bildung	01:07:18	17	00:03:58	25,14%
Wirtschaft/Arbeit	00:48:54	46	00:01:04	18,27%
Politik	00:41:12	66	00:00:37	15,39%
Film	00:24:52	12	00:02:04	9,29%
Musik	00:12:58	6	00:02:10	4,84%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:12:38	4	00:03:10	4,72%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:11:37	4	00:02:54	4,34%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:09:28	12	00:00:47	3,54%
Kriminalität	00:09:16	12	00:00:46	3,46%
Katastrophe/Unglück/Unfall (keine Angabe)	00:07:23	13	00:00:34	2,76%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:06:01	5	00:01:12	2,25%
Kultur	00:04:33	5	00:00:55	1,70%
Bildende Kunst/Architektur	00:03:56	2	00:01:58	1,47%
Literatur	00:03:48	1	00:03:48	1,42%
Finanzen	00:03:24	4	00:00:51	1,27%
	00:00:21	1	00:00:21	0,13%
<b>Summe :</b>	<b>04:27:39</b>	<b>210</b>		

<b>Themenbereiche der Informationsbeiträge</b>				
Schule/Bildung	01:01:42	5	00:12:20	41,68%
Wirtschaft/Arbeit	00:29:20	12	00:02:27	19,82%
Film	00:15:55	9	00:01:46	10,75%
Musik	00:12:58	6	00:02:10	8,76%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:11:37	4	00:02:54	7,85%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:09:44	3	00:03:15	6,58%
Bildende Kunst/Architektur	00:03:48	1	00:03:48	2,57%
Literatur	00:02:57	3	00:00:59	1,99%
<b>Summe :</b>	<b>02:28:01</b>	<b>43</b>		

<b>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</b>				
Politik	00:41:12	66	00:00:37	34,44%
Wirtschaft/Arbeit	00:19:34	34	00:00:35	16,36%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:09:28	12	00:00:47	7,91%
Kriminalität	00:09:16	12	00:00:46	7,75%
Film	00:08:57	3	00:02:59	7,48%
Katastrophe/Unglück/Unfall (keine Angabe)	00:07:23	13	00:00:34	6,17%
Schule/Bildung	00:06:01	5	00:01:12	5,03%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:05:36	12	00:00:28	4,68%
Kultur	00:04:33	5	00:00:55	3,80%
Kultur	00:03:56	2	00:01:58	3,29%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:03:24	1	00:02:54	2,42%
Literatur	00:02:57	1	00:00:27	0,38%
Finanzen	00:00:21	1	00:00:21	0,29%
<b>Summe :</b>	<b>01:59:38</b>	<b>167</b>		

<b>100,7 vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenreichweite</b>				
national	02:05:32	106	00:01:11	46,90%
international	01:54:52	92	00:01:15	42,92%
regional	00:12:29	1	00:12:29	4,66%
international	00:07:15	2	00:03:37	2,71%
(keine Angabe)	00:06:01	5	00:01:12	2,25%
nicht eingrenzbar	00:00:53	1	00:00:53	0,33%
lokal	00:00:37	3	00:00:12	0,23%
<b>Summe :</b>	<b>04:27:39</b>	<b>210</b>		

<b>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</b>				
international	01:03:47	32	00:02:00	43,09%
national	01:03:37	7	00:09:05	42,98%
regional	00:12:29	1	00:12:29	8,43%
international	00:07:15	2	00:03:37	4,90%
nicht eingrenzbar	00:00:53	1	00:00:53	0,60%
<b>Summe :</b>	<b>02:28:01</b>	<b>43</b>		

<b>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</b>				
national	01:01:55	99	00:00:38	51,76%
international	00:51:05	60	00:00:51	42,70%
(keine Angabe)	00:06:01	5	00:01:12	5,03%
lokal	00:00:37	3	00:00:12	0,52%
<b>Summe :</b>	<b>01:59:38</b>	<b>167</b>		

<b>100,7 vom 22.05.2003</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Studio	01:23:18	10	00:08:20	31,12%
Ausland	01:22:37	69	00:01:12	30,87%
Luxemburg-Stadt	01:16:37	104	00:00:44	28,63%
Luxemburg-Land	00:10:09	17	00:00:36	3,79%
Ausland	00:07:15	2	00:03:37	2,71%
(keine Angabe)	00:06:01	5	00:01:12	2,25%
nicht ortsgebunden	00:00:53	1	00:00:53	0,33%
Region (D)	00:00:49	2	00:00:25	0,31%
<b>Summe :</b>	<b>04:27:39</b>	<b>210</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Studio	01:17:44	9	00:08:38	52,52%
Ausland	00:44:04	17	00:02:36	29,77%
Luxemburg-Stadt	00:18:05	14	00:01:18	12,22%
Ausland	00:07:15	2	00:03:37	4,90%
nicht ortsgebunden	00:00:53	1	00:00:53	0,60%
<b>Summe :</b>	<b>02:28:01</b>	<b>43</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Stadt	00:58:32	90	00:00:39	48,93%
Ausland	00:38:33	52	00:00:44	32,22%
Luxemburg-Land	00:10:09	17	00:00:36	8,48%
(keine Angabe)	00:06:01	5	00:01:12	5,03%
Studio	00:05:34	1	00:05:34	4,65%
Region (D)	00:00:49	2	00:00:25	0,68%
<b>Summe :</b>	<b>01:59:38</b>	<b>167</b>		

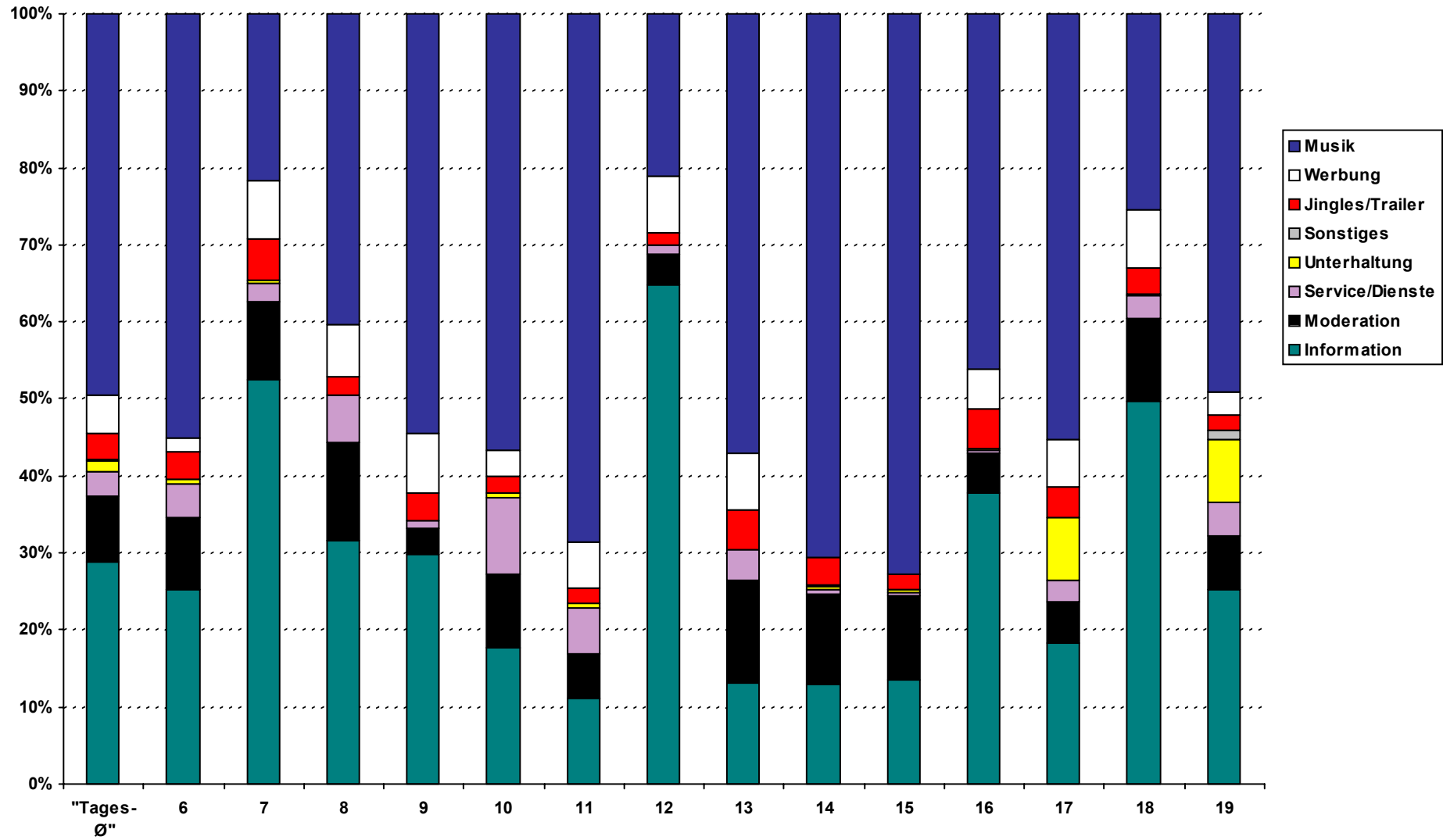




# RTL Radio Lëtzebuerg

22.05.2003 von 06.00 bis 20.00 Uhr

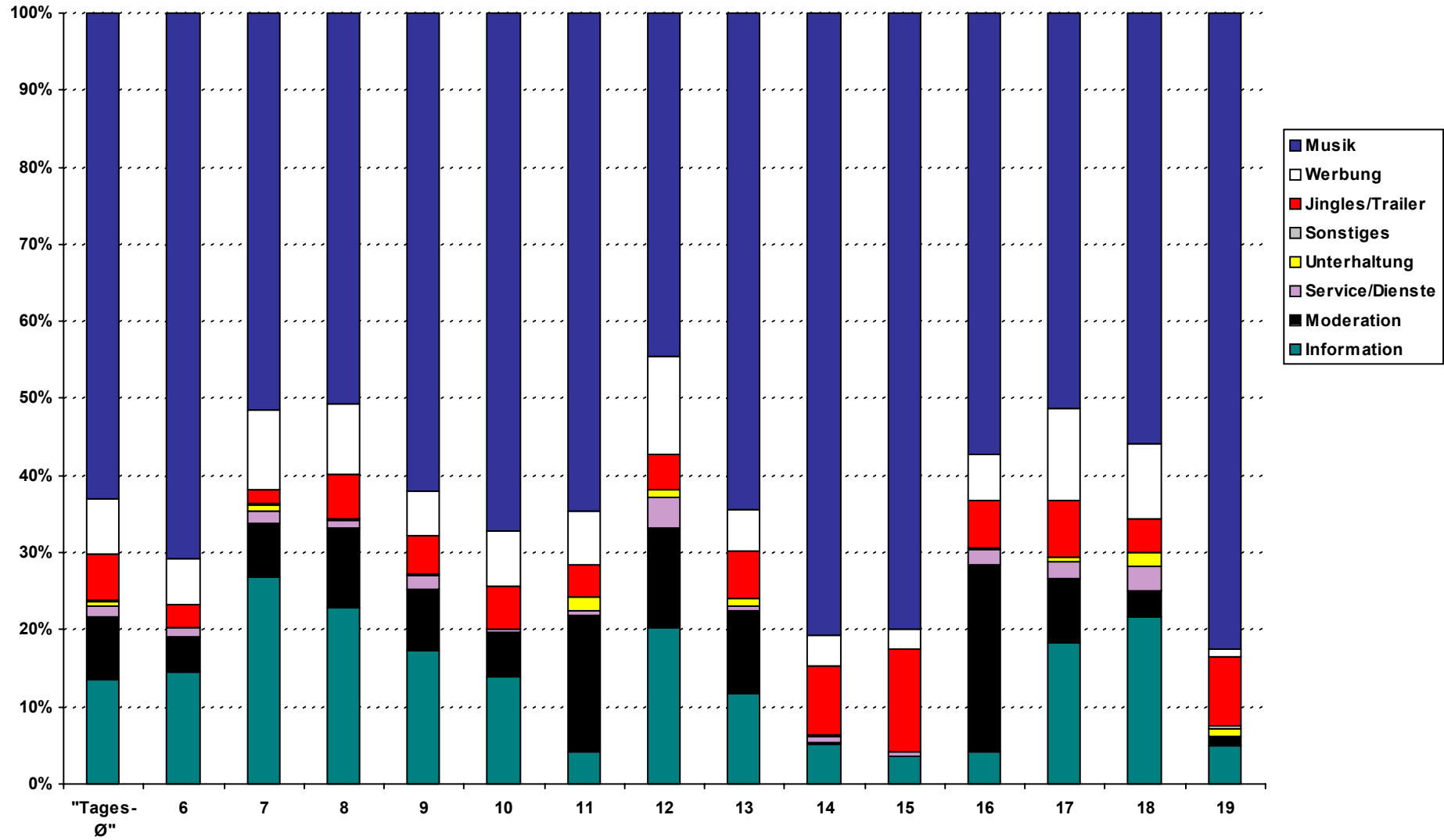
## Beitragsformen im Tagesverlauf



# DNR

22.05.2003 von 06.00 bis 20.00 Uhr

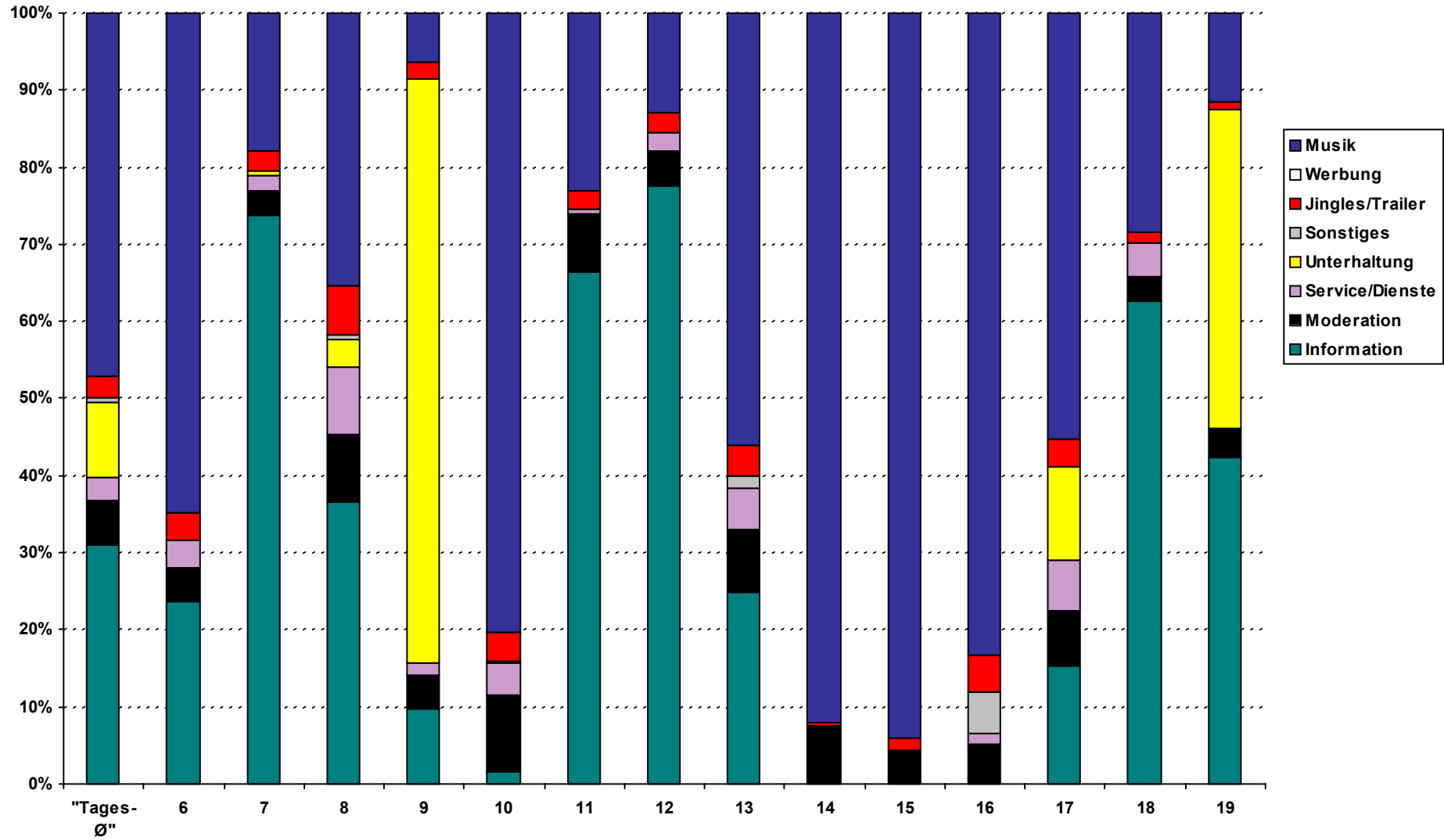
## Beitragsformen im Tagesverlauf



100,7

22.05.2003 von 06.00 bis 20.00 Uhr

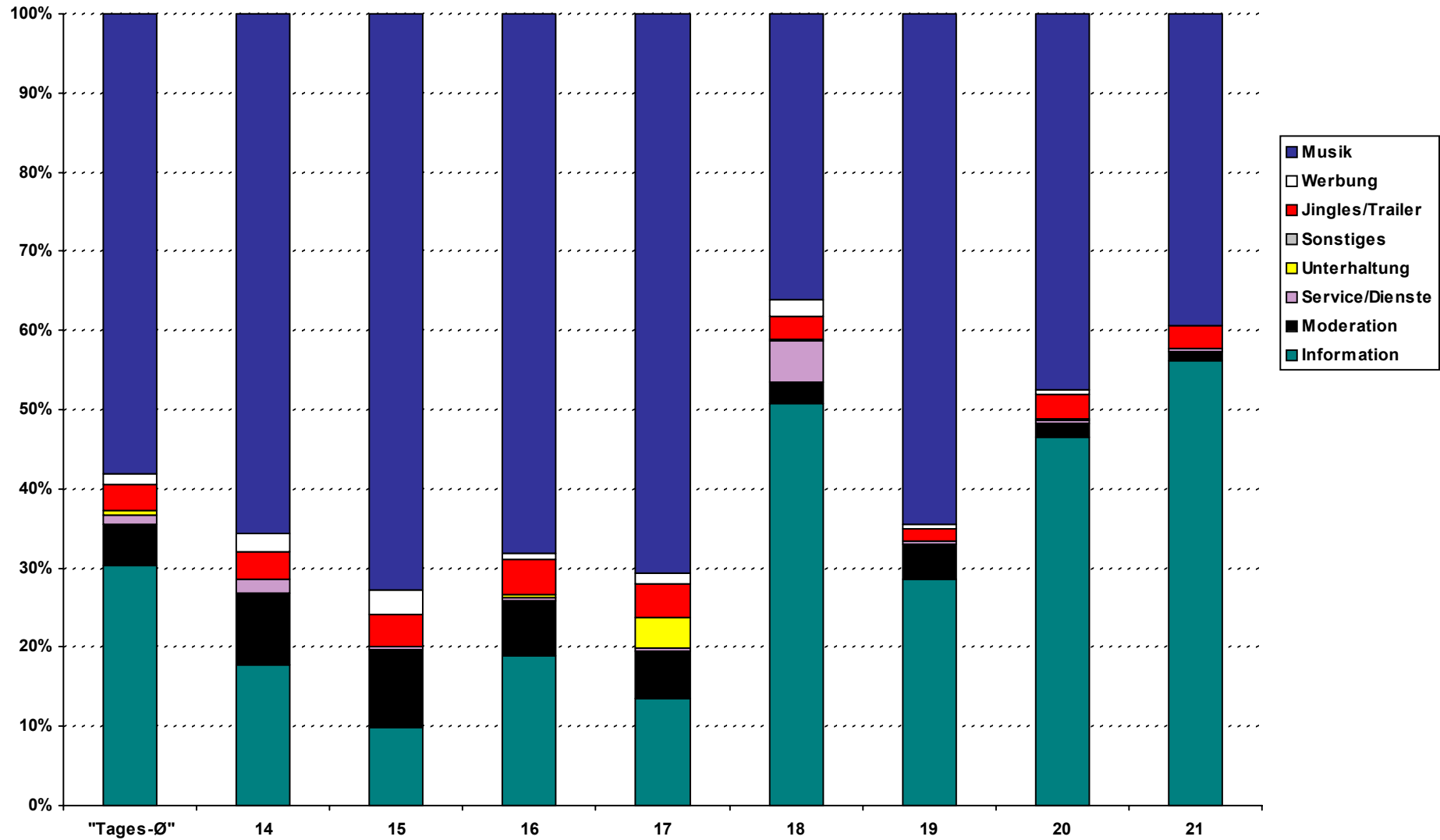
### Beitragsformen im Tagesverlauf



# RTL Radio Lëtzebuerg

18.10.2003 von 14.00 bis 22.00 Uhr

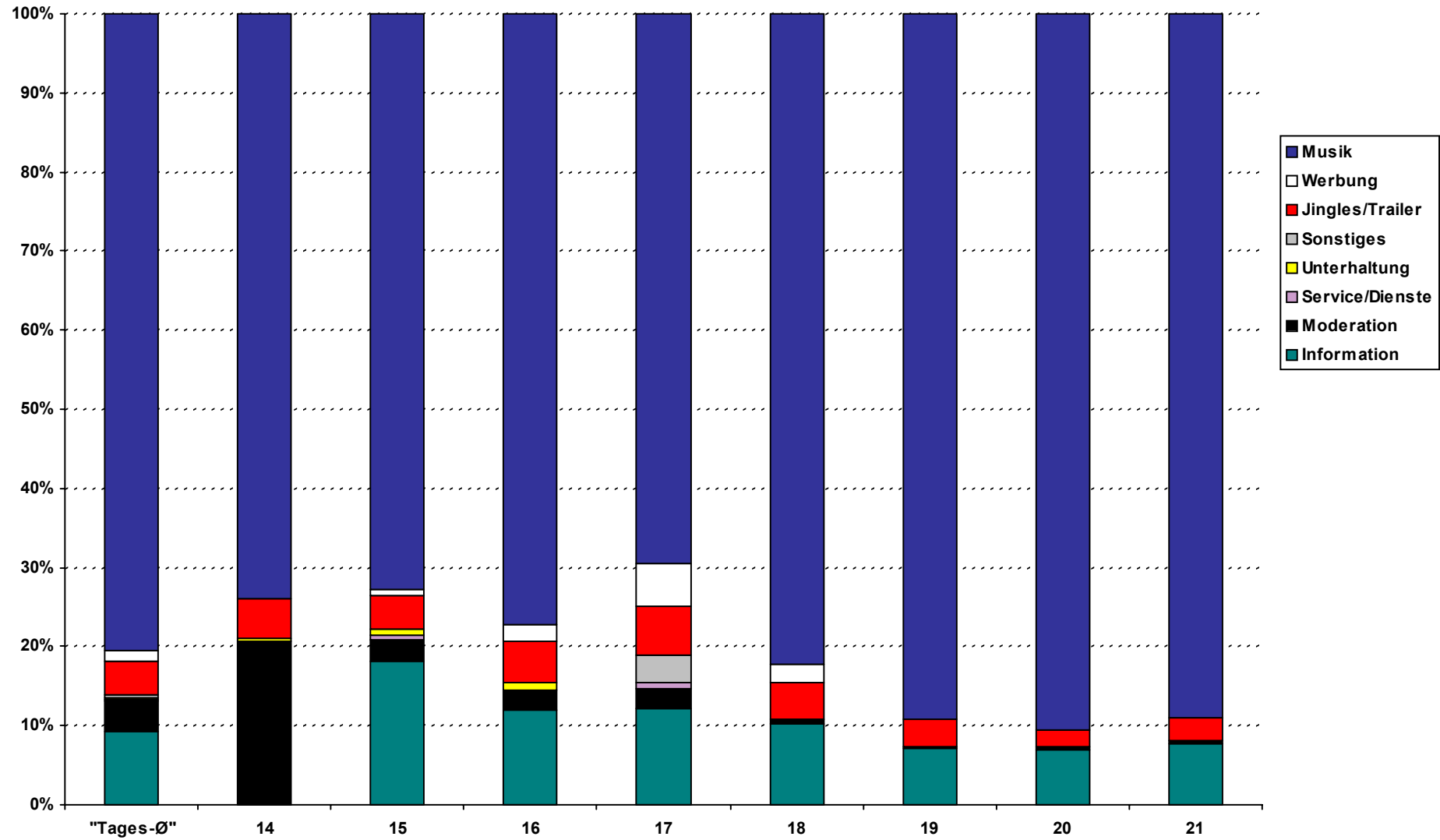
## Beitragsformen im Tagesverlauf



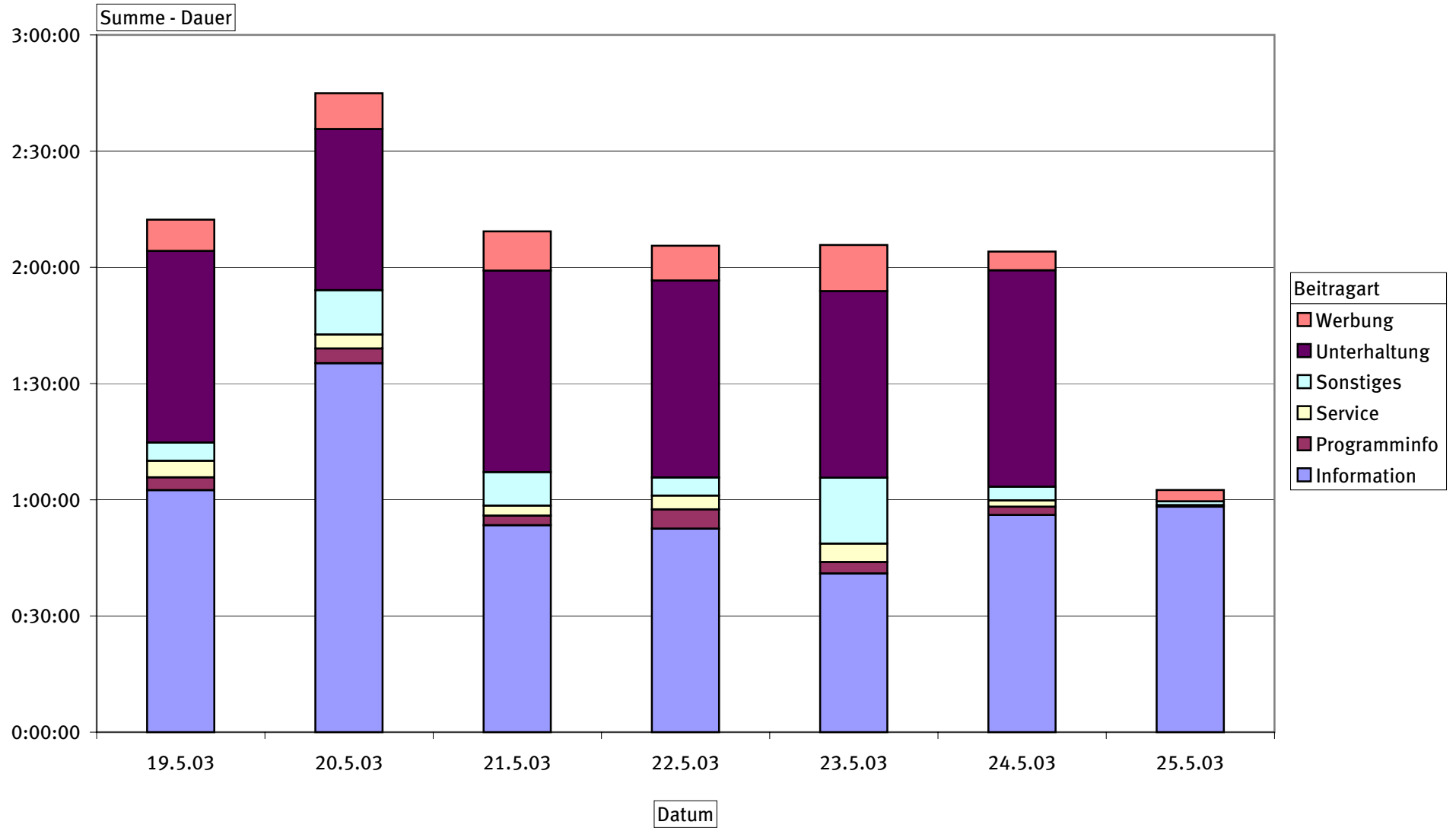
# DNR

18.10.2003 von 14.00 bis 22.00 Uhr

## Beitragsformen im Tagesverlauf

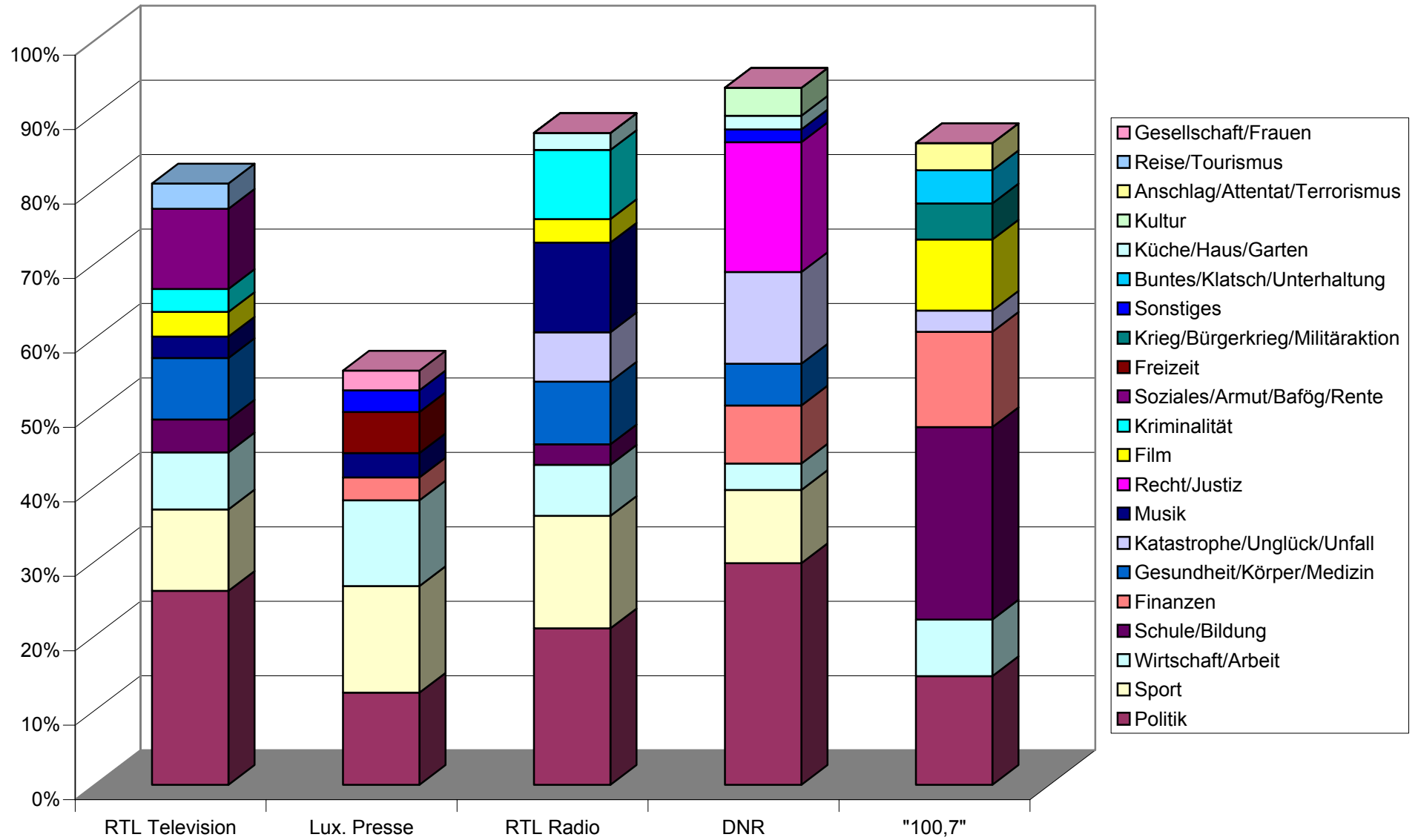


# RTL Télé Lëtzebuerg – Verteilung der Programmbausteine des Abendprogramms im Wochenverlauf

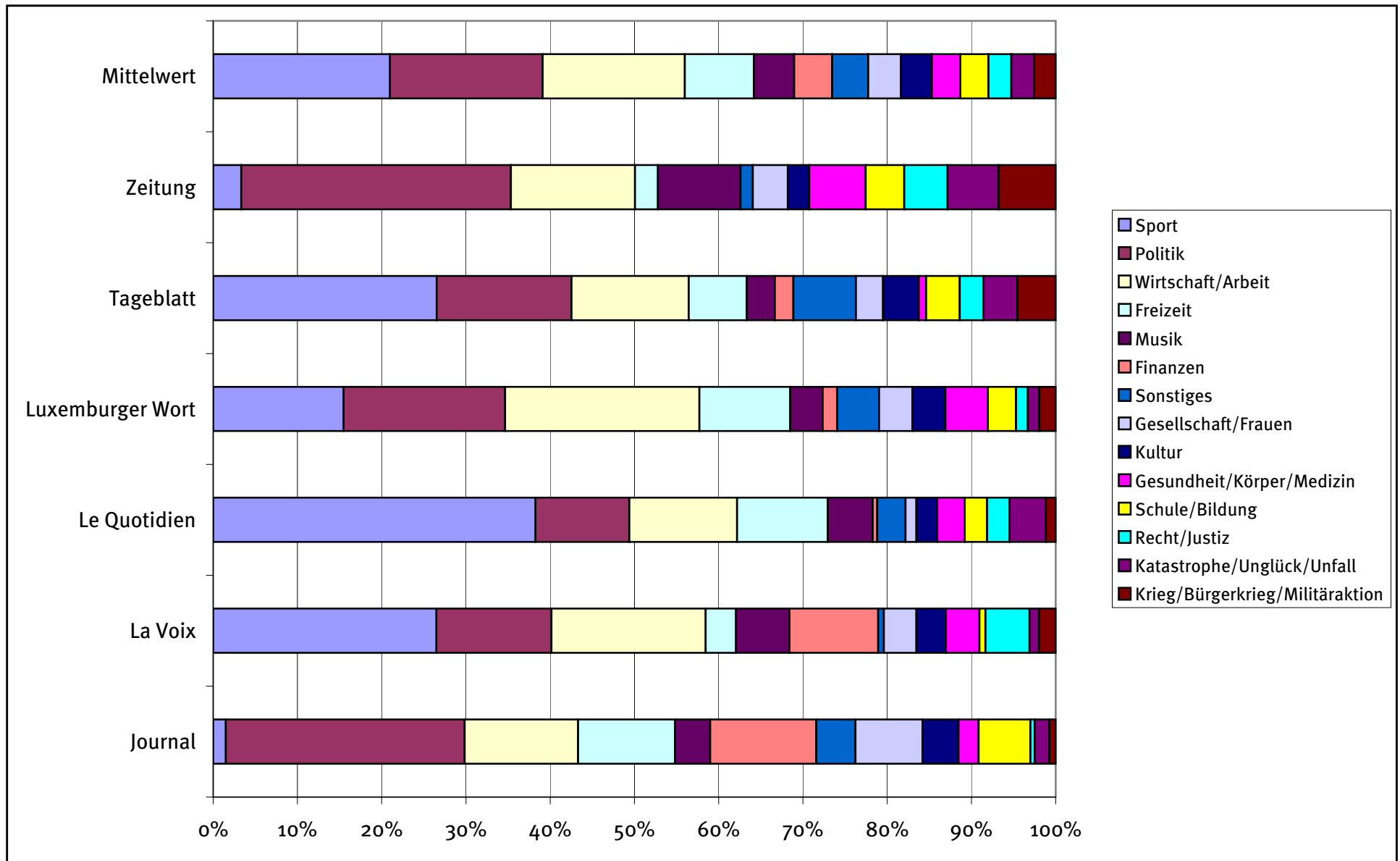


Basis: Abendprogramm ohne Wiederholungen

Themenverteilung in luxemburgischen Medien



# Themenverteilung in der Tagespresse





**Bericht zur Programmanalyse von Funkmedien  
im Großherzogtum Luxemburg**

**Berichtsjahr 2004**

**Dr. Christof Barth**  
**Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher**

unter Mitarbeit von Martine Hemmer

Trier, Januar 2005

Diese Studie entstand im Auftrag des Conseil National des Programmes des Großherzogtums Luxemburg.

Wir bedanken uns für die freundliche Unterstützung durch den Conseil National des Programmes ganz herzlich.

© 2005 Medienwissenschaft Universität Trier

---

## Inhalt

1. Einleitung .....	5
2. Methodischer Überblick.....	6
2.1 Rahmendaten zur Programmanalyse.....	7
2.2. Vorgehensweisen bei der Kodierung .....	7
Themenlage während der Untersuchungswoche .....	9
3. Auswertung und Darstellung der Befunde .....	9
3.1 Befunde zum Programmangebot Hörfunk.....	9
3.2 Befunde zum Programmangebot Fernsehen.....	18
4. Sonderanalyse der Wahlsendungen .....	25
Politische Informationen im Fernsehgespräch.....	25
Charakteristika der einzelnen Sendungen.....	27
5. Zusammenfassung.....	33
Empfehlungen an den CNP .....	35
Literatur .....	38
Tabellenanhang.....	39



## 1. Einleitung

Der vorliegende Bericht stellt den letzten Teil der auf insgesamt drei Teilstudien angelegten Untersuchung zu luxemburgischen Funkmedien dar. Im Jahr 2003 wurde einerseits ein Verhaltenskodex für luxemburgische Rundfunkjournalisten entwickelt (Barth/Bucher 2003a), andererseits der erste Teil der Programmanalyse vorgenommen (Barth/Bucher 2003b). Dieser erste Teil der Programmanalyse betrachtete eine Phase normaler Berichterstattung, der zweite hiermit vorgelegte Untersuchungsschnitt betrachtet einen Zeitraum, der eine intensivere politische Berichterstattung erwarten lässt: die Wahlen zum luxemburgischen Parlament und zum Europaparlament. Die zweite Untersuchungsphase sollte insbesondere die Veränderungen in der Informationsleistung der Programme untersuchen. Mit der Vorlage dieser zweiten Programmanalyse ist die Gesamtstudie vollendet. Da dieser Bericht auch unabhängig von der bereits vorliegenden Studien lesbar sein soll, wird die zentrale Problem- und Aufgabenstellung hier kurz wiederholt.

Anbieter von Rundfunkprogrammen und ihre Aufsichtsorgane beschäftigten sich in den letzten Jahren aus verschiedenen Gründen mit der Qualität der ausgestrahlten Programme: bei Aufsichtsorganen zur Kontrolle, ob die Programme die Auflagen erfüllen, bei den Anbietern, um ihren Erfolg im Markt langfristig zu gewährleisten und damit wirtschaftlich konkurrenzfähig zu bleiben.

Im Rahmen der Beschäftigung mit Programmqualität sind verschiedene Konzepte zur Messung und Sicherung der Qualität im Rundfunkbereich entstanden, beispielsweise von der SRG (Krähenbühl 2002), dem WDR (Tebert 2000) oder dem SWR (Buß/Gumbl 2000, Blumers 2000). Die meisten Konzepte beruhen auf Zielvereinbarungen zwischen Redaktionen und ihrer Programmleitung auf der einen und empirischen Studien zur Überprüfung der tatsächlich erreichten Ziele auf der anderen Seite. Soll die Qualitätssicherung auch die Perspektive der Aufsichtsorgane miteinbeziehen, kommen weitere Kriterien hinzu.

Die umfassende Bewertung der Qualität eines Programms muss wegen der vielen verschiedenen Kriterien, nach denen sie sich bemisst, auf unterschiedlichen Ebenen erfolgen:

- auf der Ebene der medienspezifischen Leistungen und Kommunikationsbedingungen
- auf der Ebene der rechtlichen Grundlagen
- auf der Ebene der Programmziele (u.a. ökonomischer Erfolg, ...)
- auf der Ebene der Programmfunktionen (Information, Unterhaltung, ...)

So sind beispielsweise bei Fernsehvollprogrammen fiktionale Formen wie Spielfilme genauso zu berücksichtigen wie Unterhaltungsshows, Kindersendungen genauso wie politische Diskussionen. Für jede Gattung ist Qualität anders zu definieren. Gleiches gilt im Hörfunk, etwa für Formen des Informierens (Berichte, Reportagen, Interviews) und des Unterhaltens (Musik, Hörspiel, Radiocomics).

Bei der Programmanalyse standen verschiedene Fragestellungen im Raum, die nach Möglichkeit mit vertretbarem Aufwand beantwortet werden sollten. Aus der Analyse sollten An-

gaben zur Zusammensetzung der Programme hervorgehen, zu ihrer Qualität, insbesondere vor dem Hintergrund des im ersten Teil der Studie entwickelten Verhaltenskodex. Im weiteren werden zunächst in einem methodischen Überblick die Verfahrensweisen vorgestellt. Sodann werden zunächst die zentralen Befunde zum Programmangebot des Hörfunks sowie des Fernsehens dargestellt. In einem weiteren Abschnitt werden dann bestimmte Wahlsendungen unter Anwendung sprachwissenschaftlicher Methoden einer genaueren Betrachtung unterzogen. Dieser Bericht schließt mit einer Zusammenfassung und einem Ausblick.

## 2. Methodischer Überblick

Die theoretische Formulierung von Qualitätsanforderungen braucht empirische Verfahren zu Überprüfung ihrer Umsetzung. Im Rahmen der Bemühungen um eine Sicherung der Programmqualität und der Wahrnehmung ihrer Aufsichtsfunktionen sind verschiedene Verfahren zur Analyse von Programmen entstanden, meist auf Basis inhaltsanalytischer Methoden. Dazu gehören etwa die von der ARD/ZDF-Medienkommission in Auftrag gegebenen Analysen von Udo-Michael Krüger (Krüger 2002) bzw. (Volpers/Salwiczek/Schnier 2000) für den Bereich Programmanalyse Fernsehen oder für den Bereich Hörfunk die Analysen von Bucher/Schröter 1990, Brosius/Weiler 2000 oder Drengberg 1996. Insgesamt sind seit den frühen 1980er Jahren in Deutschland bereits eine ganze Reihe von programmanalytischen Studien entstanden, die meisten jeweils im Rahmen einer bestimmten Fragestellung (vgl. Klingler/Schröter 1993 für eine Übersicht). Für das Großherzogtum Luxemburg sind derartige Studien bislang nicht durchgeführt oder der Öffentlichkeit zugänglich gemacht worden, insofern wurde mit der vorliegenden Studie Neuland betreten.

Programmanalysen versuchen in der Regel auf Basis von Programmaufzeichnungen durch möglichst präzise Bestimmung von Programminhalten und Aspekten der Programmpräsentation Informationen über die Zusammensetzung des Programms und seiner Bausteine zu gewinnen. Die Kodierungen der Programme, also die Erfassung der einzelnen Bausteine, erfolgt in der Regel datenbankgestützt. So können Auswertungen einfach vorgenommen werden. Die Kodierung erfolgt gemäß einheitlicher Anweisungen (Kodierbuch) durch zuvor geschulte Kodierer. Zur Qualitätssicherung der Kodierung werden die Kodierungen einer Validierung unterzogen.

Für die vergleichende Analyse der Programme verschiedener Mediengattungen bedarf es geeigneter Instrumente, die einerseits die medialen Besonderheiten der untersuchten Mediengattung berücksichtigen. Andererseits müssen sie um der Vergleichbarkeit willen möglichst viele Gemeinsamkeiten aufweisen. Für die vorliegende Studie wurde deshalb ein Design gewählt, das insbesondere die verschiedenen formalen Aspekte der Mediengattungen berücksichtigt. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurden bestimmte Kategoriebereiche – etwa zum Inhalt der Informationsbeiträge, ihrer Themenreichweite und des Ereignisorts in allen Untersuchungen identisch besetzt.

Programmanalysen sind zu unterscheiden von Programmkritik. Letztere bezieht Befunde der Programmanalyse auf bestimmte Qualitätsstandards und weist auf die entsprechenden publizistischen Probleme hin. Eine begründete Programmkritik ist dementsprechend immer auf eine Programmanalyse angewiesen.

### *2.1 Rahmendaten zur Programmanalyse*

Für die vorliegende Untersuchung wurden die drei Hörfunkprogramme RTL Radio Lëtzebuerg, DNR und 100,7 sowie das luxemburgische Programm von RTL Télé Lëtzebuerg aufgezeichnet. Ausgewählt wurde dafür die Programmwoche vom Montag 10. Mai bis Sonntag 16. Mai 2004. Ausgangsüberlegung war, für die Hörfunkprogramme einerseits ein Programmschnitt an einem Werktag vornehmen zu können, andererseits auch das Wochenende in der informationsstarken Mittagszeit untersuchen zu können. Für den Schnitt am Werktag wurde die Zeit von 6.00 bis 20.00 Uhr aufgezeichnet und für zwei Tage (12. und 13.5.) ausgewertet, weil dies die nutzungsstärkste Zeit im Tagesverlauf der Radionutzung ist. Für das Wochenende wurde für die Untersuchung der allgemeinen Informationsleistung die Zeit von 12.00 bis 14.00 Uhr gewählt.

Für die Analyse des Fernsehprogramms waren aufgrund der unterschiedlichen Programmstruktur andere Zeitschnitte notwendig. Aufzeichnungen des Fernsehprogramms wurden während der gesamten Untersuchungswoche vorgenommen. In die Auswertung aufgenommen wurden dabei jedoch bislang lediglich die etwas über zwei Programmstunden des Abendprogramms, zzgl. etwaiger Sondersendungen. Hintergrund der Überlegungen zum Ausschluss der anderen Programmzeiten war, dass teils Übernahmen aus dem Hörfunk (ergänzt mit Studiobildern) gesendet werden, teils Übernahmen aus anderen RTL-Programmen, etwa aus Deutschland. Die Programmangebote sind also entweder bereits in der Analyse enthalten – wie im Falle des Hörfunks, oder aber nicht für Luxemburg spezifisch. Vergleichbares gilt für die erneute Ausstrahlung bestimmter Sendungen während des Tages.

Insgesamt beläuft sich die untersuchte Sendezeit auf 15 Stunden 24 Minuten, also etwa eineinhalb Stunden länger als die rechnerische Dauer von 14 Stunden innerhalb einer Woche ergäbe. Zieht man die dedizierten Wahlsendungen ab, verbleiben etwas über 11 Stunden sonstiger Programmgestaltung.

### *2.2. Vorgehensweisen bei der Kodierung*

Die Kodierung wurde von luxemburgischen Studierenden an der Universität Trier vorgenommen, so dass Kodierprobleme aufgrund mangelnder Sprach- oder Ortskenntnisse von vornherein ausgeschlossen werden konnten. Die Erfassung erfolgte sekundengenau datenbankgestützt via PC. Für einen exemplarischen Ausschnitt aus der entstehenden Kodierung vgl. die Darstellung Beispiel einer Kodierung im Tabellenanhang.

Erhoben wurden sowohl im Hörfunk als auch im Fernsehen folgende Kategorien:

Kategorie	Beschreibung
Programm / Datum / Beginn / Ende	
Dauer	
Beitragsart	Zuordnung zu bestimmten Typen von Beiträgen (Information, Musik ...)
Form	Darstellungsform bzw. Detailausprägung
Sprecher 1 & 2	Angaben zur den Sprechern (nur Hörfunk)
Inhalt	Angaben zu den behandelten Themenbereichen
Themenreichweite	Weiteste Relevanz (Reichweite) der Themen (international ... lokal)
Ereignisort	Ort des Geschehnisses, soweit genannt oder erkennbar (Studio, Luxemburg-Stadt ... Ausland)
Moderationstätigkeit	Funktion d. Moderation und sprachl. Handlungen des Moderators (nur Hörfunk)
Moderationsbezug	Bezug der Äußerungen des Moderators, z. B. Programm, Kollegen, Beiträge
Notizfeld	

Unterschieden werden in der Kategorie Beitragsart acht übergeordnete Rubriken: Formen des Informierens (Nachrichten- und Informationsbeitrag), Moderation, Service (Wetter, Verkehr, Horoskop etc.) und Unterhaltung als im engeren Sinn redaktionell gestaltete Beiträge. Dabei wird unter Unterhaltung sowohl lustige (Kabarett, Radiocomicals) als auch ernste Unterhaltung in Form von Lesungen oder Hörspielen verstanden. Diese vier Rubriken werden ergänzt durch Werbung (Werbebeiträge und Werbejingles als Begrenzung zum redaktionellen Programm), Musik, Sonstiges und Jingles/Trailer. Während unter Sonstiges in der Regel nur wenige Beiträge fallen, in denen etwa das Sendesignal ausgefallen ist oder aus anderen Gründen kein Signal gehört werden konnte, werden unter Jingles/Trailer diejenigen Formen zusammengefasst, die das akustische Klanggerüst des Programms darstellen. Kennungsjingles etwa lassen den Hörer wissen, welches Programm eingeschaltet ist, Trennjingles übernehmen Kohärenz sichernde Maßnahmen, indem sie einzelne Programmteile akustisch voneinander trennen. Trailer informieren über bevorstehende Programm- oder sonstige Ereignisse im Zusammenhang mit dem Programmanbieter. In allen Fällen tragen diese Elemente die spezifische Klangfärbung des Senders und vermitteln damit auch so etwas wie eine Programmfarbe. Unter Form werden die klassischen Darstellungsformen für die Funkmedien differenziert: Meldungen, Berichte, Reportagen und Features.



Für das Fernsehen sind zusätzlich fernsehspezifische Formen eingeführt worden, etwa der Filmbeitrag oder der Musikclip. Begrenzer übernehmen ähnliche Funktionen wie die Trennjingles im Hörfunk.

#### *Themenlage während der Untersuchungswoche*

In den Nachrichten der Untersuchungswoche dominierten im Bereich der internationalen Themen die Situation im Irak, die gegen Wochenmitte durch die Berichte von der Enthauptung des Amerikaners Berg intensiver wird. Die nationale Berichterstattung ist bestimmt von zwei Themenkomplexen: Erstens der bevorstehenden Wahl mit den Themen Wahlprogramm LSAP & CSV, Umfragen zum Wahlausgang. Zweitens durch die Parlamentsdebatten und die im Verlauf der Woche verabschiedeten Gesetze (u.a. Pressegesetz, Partnerschaftsgesetz). Folgende weitere Themen beherrschten das Programm:

- eine Ilres-Umfrage zur Beliebtheit von Politikern;
- die Schulreform in Luxemburg;
- Generalversammlungen verschiedener Gesellschaften: Cegedel, Luxair, FEDIL u.a.

### **3. Auswertung und Darstellung der Befunde**

#### *3.1 Befunde zum Programmangebot Hörfunk*

Nachfolgend werden zunächst die Befunde zu den beiden untersuchten Werktagen betrachtet, wobei die Daten überwiegend kumuliert ausgewertet werden. Anschließend werden die Befunde zum Wochenende vorgestellt; alle Daten werden jeweils mit den Daten des Vorjahres verglichen.

Gegenüber dem Vorjahr haben sich die Programme in ihrer Grundstruktur nur wenig verändert. Nach wie vor stellt sich DNR als Service- und Unterhaltungswelle mit dem größten Musikanteil dar und hat im Vergleich zu den beiden anderen Programmen einen etwa halb so großen Wortanteil. Die beiden Programme RTL Radio und 100,7 haben einen Wortanteil von ca. 45 Prozent, RTL einen Musikanteil von 40 Prozent, 100,7 etwas über 50 Prozent. Sie stellen damit Informationsprogramme dar. Auffallend erhöht hat sich der Werbeanteil in den beiden privatrechtlichen Programmen, der 2003 max. 7 Prozent betrug und nun ca. 9 Prozent beträgt.

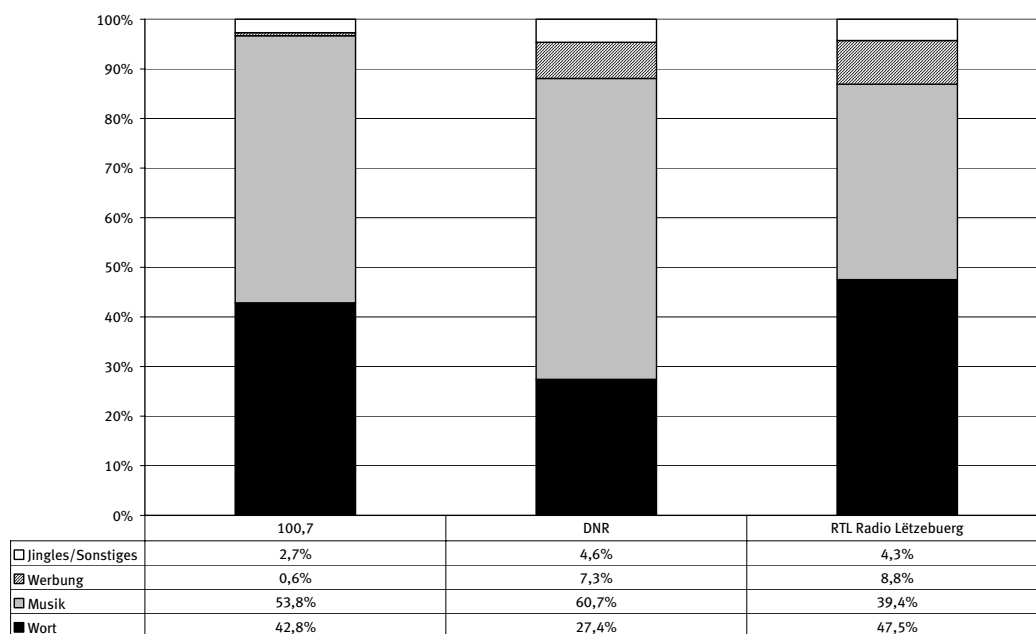


Abbildung 1: Wort- und Musikanteil der untersuchten Programme (13.5.2004, 6.00 bis 20.00 Uhr)

Eine differenziertere Darstellung enthalten die Tabelle 1 sowie die Tabellen „Gesamtübersicht der Programmbausteine“ im Anhang. Die dort enthaltenen Daten werden weiter unten bei der Betrachtung der Programmbausteine genauer analysiert.

	100,7	DNR	RTL Radio
Information	31,0%	12,7%	30,4%
Jingles/Trailer	2,6%	4,5%	4,3%
Moderation	5,7%	12,2%	12,6%
Musik	53,8%	60,7%	39,4%
Service/Dienste	2,5%	2,5%	3,1%
Sonstiges	0,1%	0,1%	0,0%
Unterhaltung	3,7%	0,0%	1,4%
Werbung	0,6%	7,3%	8,8%

Tabelle 1: Verteilung der Programmbausteine am 12./13.5.2004 von 6.00 bis 20.00 Uhr

Tabelle 1 stellt die kumulierten Werte der beiden untersuchten Werktage dar. Vergleicht man die Zahlen der beiden Werktage untereinander<sup>1</sup>, so fällt zunächst auf, dass sich bei zwei Programmen durchaus Veränderungen in der Zusammensetzung zeigen, bei einem Programm, DNR, jedoch kaum (Abbildung 2). Dies ist ein Hinweis auf die stärkere Formatie-

<sup>1</sup> Vgl. Tabellen Gesamtübersicht der Programmbausteine im Anhang.

rung des Programms von DNR, mit der Folge dass die aktuelle Themenlage nur wenig Auswirkungen auf die Programmgestaltung hat. Dies zeigt sich auch im Vergleich zu den Daten des Vorjahres, wo bei DNR die geringsten Änderungen festzustellen sind. Die wenigen Änderungen gegenüber 2003 zeigen sich bei DNR an beiden Tagen einheitlich, so dass davon ausgegangen werden kann, dass es sich hierbei um eine konzeptionelle Veränderung des Formats handelt. Auffallend ist der höhere Moderationsanteil, der überwiegend durch einen höheren Anteil an Spielen zustande kommt.

Auffällige Entwicklung ist die Ausweitung der Moderation bei den privatrechtlichen Programmen – zu Lasten der Musik – und der höhere Werbeanteil. Wie weiter unten dargestellt, steht keine der Veränderungen in einem ursächlichen Zusammenhang mit der Informationsleistung der Programme. Es lässt sich also festhalten, dass in der Grundzusammensetzung der Programme keine durch die Wahlkampfzeit bedingten Veränderungen sichtbar werden.

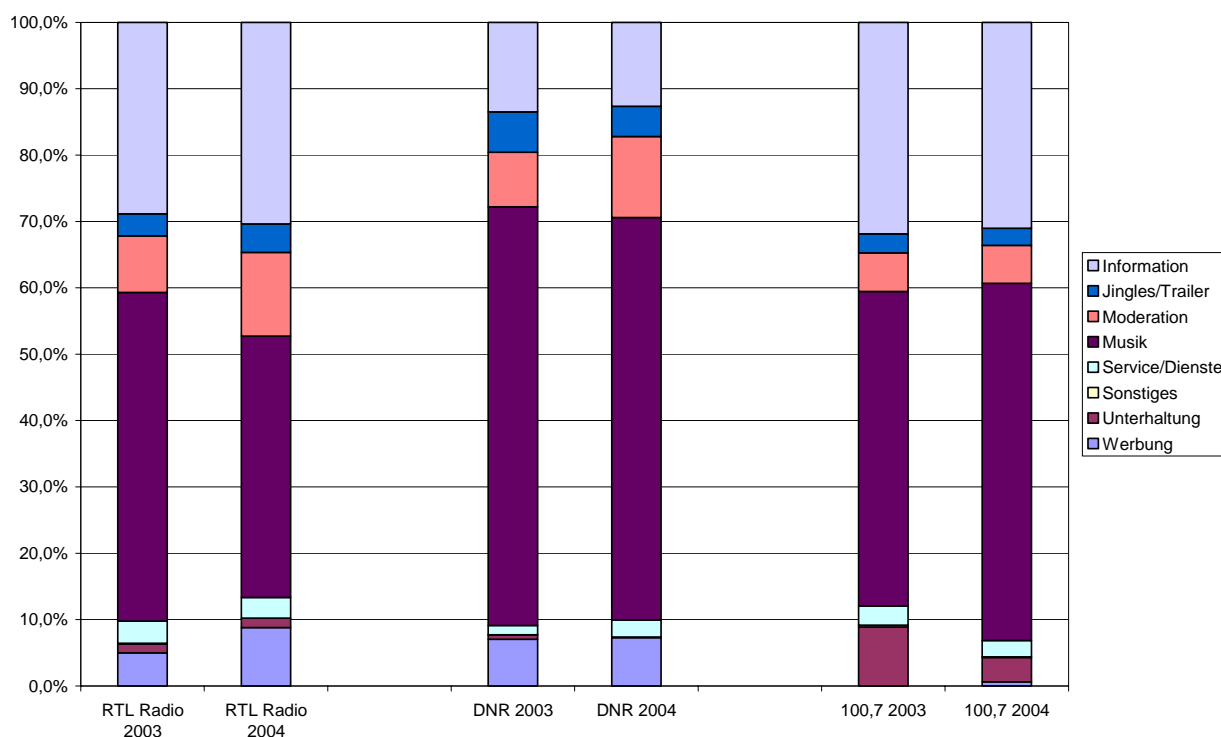


Abbildung 2: Die Verteilung der Programmbausteine im Vergleich 2003 zu den Daten des 13.5.2004.

Der bei dem eigentlich werbefreien Programm 100,7 ausgewiesene Werbeanteil kommt durch die Sonderwerbform Wahlwerbespot zustande, die qua Lastenheft auszustrahlen ist.

## Die Gestaltung des Informationsangebots

Ähnlich wie im vergangenen Jahr zeigt sich in der Gestaltung des Informationsangebots die Zugehörigkeit zu den zwei Programmtypen. Bei DNR setzt sich der Informationsanteil von knapp 13 Prozent auch während des Wahlkampfes nahezu ausschließlich aus den Nachrichtenblöcken zusammen, während die beiden anderen Programme eine größere Vielfalt an Darstellungsformen bieten. Bei DNR finden sich an den beiden Werktagen Informationsbeiträge zu drei Themen im Programm: ein Beitrag zu Frisurentrends sowie je ein Beitrag zum „Kandidaten des Tages“. In dieser Serie wird täglich ein Wahlkandidat vorgestellt und um Statements zu bestimmten Themen gebeten. Die Beiträge erhielten ihre Dynamik durch ihre „Fragetechnik“, der Vorgabe von Stichworten, zu denen Stellung genommen werden sollte, etwa „Bankgeheimnis“ oder „Luxemburg – ein Einwandererland?“.

In den beiden anderen Programmen wird Information je etwa zur Hälfte in Form von Nachrichten und in Form von selbständigen Informationsbeiträgen präsentiert. Tendenziell zeigt sich hier wie in weiteren Werten zum Informationsangebot eine Konstanz gegenüber der Analyse des Vorjahres, etwa hinsichtlich der Zahl der genutzten Darstellungsformen. Eine Betrachtung der Verteilung über die beiden Werktage zeigt allerdings, dass es durchaus Unterschiede in der Ausnutzung des Repertoires an Darstellungsformen geben kann. (Tabelle 2).

		100,7	DNR	RTL
Zahl der genutzten Darstellungsformen	12.5.	8	5	8
	13.5.	13	6	11
	gesamt	14	6	11

**Tabelle 2: Anzahl der Darstellungsformen (13.5.2004, 6.00 bis 20.00 Uhr)**

Ähnlich verhält es sich bei der mengenmäßigen Verteilung der Darstellungsformen. Während die Verteilung bei DNR recht homogen ist, decken im Informationsangebot von RTL am 12.5. die zwei am häufigsten genutzten Formen bereits knapp 40 Prozent des Angebots ab, am 13.5. machen die beiden am meistgenutzten Formen nur knapp 15 Prozent der Informationsleistung aus. Bei 100,7 gibt es Unterschiede beim Einsatz seltenerer Formen. So wird am 12.5. etwa eine Reportage über eine Operaufführung gesendet, am 13.5. hingegen zahlreiche Filmrezensionen.

### Das Informationsangebot von 100,7

Im Informationsangebot von 100,7 dominieren in den Nachrichten die Themen Politik und Wirtschaft/Arbeit. Schule/Bildung folgt an dritter Stelle. Am 12.5. machen zu Politik und Wirtschaft/Arbeit gehörende Themen sogar annähernd 70 Prozent der gesamten Berichterstattung aus.

Betrachtet man nur die Informationsbeiträge verschiebt sich das Bild aufgrund der 11-Uhr-Sendungen und ihren Wiederholungen um 19.30 Uhr. Ein Beitrag über das Solarlabor

an einer Schule (Sendung „Schoul am Liewen“) sowie die Sendung Gesundheitsforum sorgen an den beiden untersuchten Tagen dafür, dass die Themenbereiche Schule/Bildung sowie Gesundheit/Körper/Medizin den größten Anteil des Informationsangebots darstellt. Über ein Drittel entfallen alleine auf diese Themen. Bedingt durch die Sendung „Rendez-vous am Film“ stellt das Thema Film den weiteren durch Einzelsendungen gesetzten thematischen Schwerpunkt dar (ca. 12 Prozent).

Betrachtet man die politische Berichterstattung, zeigt sich bei 100,7 wie bei den anderen Programmen, dass die überwiegende Informationsleistung zur Politik in den Nachrichten stattfindet. Außerhalb der Nachrichten präsentierte politische Information beschränkt sich in der Regel auf 1-2 längere Beiträge pro Tag. An den beiden untersuchten Tagen war diese etwa ein über 9 Minuten langer Beitrag über das am selben Tag im Parlament verhandelte Gesetz zur Reform des Partnerschaftsgesetzes und des Familienrechts (12.5.) sowie ein Beitrag über die Ergebnisse der Cegedel und die Liberalisierung des Strommarktes. Die politische Berichterstattung von 100,7 beschäftigt sich am 13.5. neben den bereits erwähnten Themen mit dem am selben Tag verabschiedeten Pressegesetz, mit Entwicklungen bei der Luxair, berichtet über die Generalversammlung des Arbeitgeberverbandes FEDIL. Am 12.5. sind die Themen der Politikberichterstattung etwas breiter gestreut.

Als wahlbezogene Berichterstattung präsentiert 100,7 täglich eine ca. vierminütige Interviewsendung „4 Minuten Klartext“, am 12.5. mit Marc Zanussi (LSAP) und am 13.5. mit Camilla Gira (Déi Gréng). In der Sendung müssen die befragten Politiker zu einem bestimmten Thema Stellung nehmen – etwa zur Verkehrspolitik.

Die Analyse des Ereignisorts<sup>2</sup> ermöglicht Aussagen, wie entferntere Regionen in der Berichterstattung berücksichtigt werden. War im vergangenen Jahr der Ereignisort der Berichterstattung noch überwiegend das eigene Studio und das Ausland, macht nun die Berichterstattung aus Luxemburg-Stadt mit über 40 Prozent den größten Anteil aus. Die Auslandsberichterstattung hat mit etwa 22 Prozent einen ca. 10 Prozent geringeren Anteil als im vergangenen Jahr. Auch Luxemburg-Land nimmt einen größeren Anteil ein (11 Prozent).

Bei der Betrachtung der übergeordneten Relevanz, die in der Themenreichweite<sup>3</sup> ausgedrückt wird, zeigt sich eine deutliche Orientierung zur Landesberichterstattung. Beiträge mit nationaler Reichweite machen über 60 Prozent aus, Beiträge zu internationalen Themen hingegen 24 Prozent (2003: 44 Prozent).

#### Das Informationsangebot von DNR

Wie bereits dargestellt, präsentiert sich die Berichterstattung bei DNR überwiegend innerhalb der Nachrichten. O-Töne machen dabei 27 Prozent der Nachrichtenberichterstattung aus. In den Nachrichten dominieren die Themen Politik und Wirtschaft/Arbeit. Der Sport steht an dritter Stelle. Die Berichte zum Themenbereich An-

---

<sup>2</sup> Vgl. Tabellenanhang, Auswertung des Informationsangebots zu den drei Programmen, Tabelle Ereignisort.

<sup>3</sup> Vgl. Tabellenanhang, Auswertung des Informationsangebots zu den drei Programmen, Tabelle Themenreichweite.

schlag/Attentat/Terrorismus befassen sich mit der Enthauptung des Amerikaners Berg. Im politischen Bereich dominieren die durch die Parlamentsitzung gesetzten Themen (Partnerschaftsgesetz, Schulgesetz), im Bereich Wirtschaft/Arbeit FEDIL, Luxair und Benzinpreiserhöhung.

Bezüglich Themenreichweite behandeln die von DNR gesendeten Informationsbeiträge kaum Themen von nur regionaler Bedeutung – und wenn dann nur zu den human-interest-Themen Kriminalität oder Unfall (Überfall in Hesperange, Schlägerei in Differdange, Auto-Brand in Esch) oder vergleichbarer Besonderheiten (annulierte Gemeinderatssitzung in Junglinster). Über 90 Prozent des gesamten Informationsanteils bezieht sich auf nationale oder internationale Themen. Die Gewichtung ändert sich allerdings je nach Präsentationsform: Informationsbeiträge befassen sich eher mit nationalen, Nachrichtenbeiträge eher mit internationalen Themen. Bezüglich des Ereignisorts hat sich die Berichterstattung gegenüber dem Vorjahr nur in einem Punkt geändert: es gibt eine ausführlichere Berichterstattung von außerhalb der Hauptstadt; sie hat sich mehr als verdoppelt und nimmt nun ca. 13 Prozent ein, wobei der Sport etwa ein Drittel, bunte Themen wie Kriminalität und Unfälle ca. ein Fünftel dieser Berichterstattung darstellen und damit jeweils überrepräsentiert sind.

#### Das Informationsangebot von RTL Radio

RTL Radio weist bei der Themenverteilung der Nachrichten wie die anderen Programme Politik und Wirtschaft/Arbeit als die häufigsten und umfangreichsten Themenbereiche auf. An dritter Stelle folgt der Sport, der beispielsweise bei 100,7 keine Rolle spielt. Im Bereich der Informationsbeiträge dominieren weiter Musik und Themen zum Haushalt im weiteren Sinne.

An den beiden Untersuchungstagen fällt der besonders große Anteil Berichterstattung mit dem Themenbereich Sonstiges<sup>4</sup> auf. Dieser hohe Anteil ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen. Zum einen auf ein zehn Minuten langes Studiogespräch mit dem neu ernannten Direktor der Protection Civile, weil eine Zuordnung zu Katastrophe/Unglück/Unfall irreführend wäre. Zum anderen ist der hohe Anteil an Beiträgen zu sonstigen Themen auf zahlreiche Beiträge von der während des Untersuchungszeitpunktes stattfindenden Frühjahrsmesse zurückzuführen. Die Berichterstattung zur Frühjahrsmesse stellt mit ca. 45 Minuten Dauer ca. 17 Prozent des gesamten Informationsangebotes des betreffenden Tages dar und ist eine Spezialform der Berichterstattung. In den verschiedenen Abschnitten wird zwischen Studio und einem Reporter vor Ort hin- und hergeschaltet. Es gibt Gespräche mit Ausstellern, Geschäftsleuten und Händlern, die teils spaßig, teils ernst sind. Allen Beiträgen ist gemein, dass Produktnamen und -eigenschaften häufig genannt werden und die Moderatoren Fragen stellen, die es den Gesprächspartnern erlauben vor allem zu den Vorteilen ihrer Produkte Stellung zu nehmen. Kritische Fragen werden praktisch nicht gestellt. Zusätzlich sind in die Berichterstattung Spiele eingebettet, in der Hörer etwa den Fettgehalt von Luxlait-Joghurts per SMS

an eine Nummer senden müssen, um am Spiel teilzunehmen. Die Beiträge erfüllen insgesamt verschiedene Funktionen. Durch ihren Spiel- und Spaßcharakter dienen sie als Unterhaltungsbeiträge, als Informationsbeiträge in dem Sinne, dass sie von einem Ereignis berichten und als Werbebeiträge, weil Namen, Produkte und ihre Anwendung ausführlich thematisiert werden. In dieser Form werden Werbe- und Informationsformen so vermischt, dass für einen Zuhörer eine eindeutige Zuordnung von Rollen und Aufgaben der Dialogpartner schwerlich möglich ist. Dies zieht verschiedene Konsequenzen nach sich, u.a. beeinträchtigt es die Glaubwürdigkeit des betreffenden Programms, weil Hörer nicht mehr unterscheiden können, ob ein bestimmter Beitrag nun journalistische Berichterstattung im echten Sinne oder gekaufte Berichterstattung und damit Werbung ist (vgl. Verhaltenskodex, § 9).

Ein weiteres Element das die Informationsanteile während der untersuchten Tage kennzeichnet sind zwei Beiträge aus einer Serie zu den EU-Neuzugängen; am 12.5. zu Ungarn, am 13.5. zu Tschechien. In beiden Beiträgen wird ein Portrait des betreffenden Landes gezeichnet. Zu Wort kommen überwiegend diplomatische Vertreter der betreffenden Länder in Luxemburg.

Bezüglich der Themengeographie, also der Themenreichweite und des Ereignisorts haben sich gegenüber dem Vorjahr unterschiedliche Änderungen ergeben. Während im vergangenen Jahr das Informationsangebot sich geringfügig ausführlicher mit Auslandsthemen befasste, macht in 2004 Berichterstattung aus Luxemburg-Stadt ca. 42 Prozent, Auslandsberichterstattung hingegen 34 Prozent aus. Ausschlaggebend dafür dürfte die Berichterstattung über die Parlamentssitzungen und die Frühjahrsmesse sein. Wie im vergangenen Jahr macht Berichterstattung aus anderen Regionen als der Hauptstadt ca. ein Fünftel der Berichterstattung aus. Bezüglich der Themenreichweite, also der Relevanz für andere Orte als den Ereignisort, nehmen in den Nachrichten die auf das Großherzogtum insgesamt bezogenen (nationalen) Nachrichten mehr als die Hälfte aller Beiträge ein, internationale Nachrichten machen ca. ein Drittel aus. Regionale bzw. lokale Themen bilden den kleinsten Teil des Nachrichtenangebots und befassen sich wie bei DNR eher mit Unfällen und Straftaten. Eine regionale politische Berichterstattung ist die Ausnahme. Bei den Informationsbeiträgen tritt die nationale Ausrichtung noch deutlicher zutage und erreicht knapp 50 Prozent.

Über die Hälfte der Politikberichterstattung findet über Nachrichtenmeldungen statt, etwa 32 Prozent über Berichte. Andere Formen der Politikberichterstattung sind selten und machten nur einen geringen Anteil aus. Die Berichterstattung über einen Prozess wegen Betrugs gegen den ADR-Kandidaten Neumann zeigt, dass auch die sonst gerne boulevardorientierte Kriminalitätsberichterstattung durchaus wahlkampf- und damit politikrelevant sein kann.

Ein weiterer allgemeiner Befund: weiche Themen wie Unfälle und Kriminalität sind bei allen Programmen im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen, der Anteil der Berichterstattung zum Themenbereich Politik hat sich erhöht.

---

<sup>4</sup> Die Werte werden für die Beitragsform Sonstiges – Wort/Information nicht gesondert ausgewiesen.

## Die Gestaltung der Moderation

Mit Moderationen übernehmen die Sprecher im Programm verschiedene Aufgaben:

1. Die Einbettung von Einzelbeiträgen in das Programm (Präsentieren),
2. Die Strukturierung des Programms oder der Sendung,
3. Die Kommunikationsführung der am Programm beteiligten Personen,
4. Die Kontaktherstellung zu den Hörern,
5. Die Repräsentation des Programms, des Senders, der Sendung,
6. Appellieren und Motivieren der Hörer.

Wie bereits oben dargelegt unterscheiden sich die Moderationsanteile der drei Programme grundlegend: die Moderationsanteile bei RTL und DNR sind doppelt so hoch wie bei 100,7. Bestimmte Aufgaben werden in den untersuchten Programmen in großem Umfang, in anderen gar nicht wahrgenommen. Spielmoderation, die Gespräche mit Hörern oder das Äußern von Musikwünschen sind bei 100,7 kaum zu finden. Dafür wird bei 100,7 mehr Zeit für Transparenzmaßnahmen aufgewendet, etwa die Einbettung der Beiträge durch den Moderator oder die Strukturierung des Programms (ca. 80 Prozent bei 100,7, ca. 41 Prozent bei DNR und 37 Prozent bei RTL).

Bei RTL und DNR stehen nach wie vor die Funktionen der Kontaktherstellung und Kommunikationsführung im Vordergrund. So beträgt etwa die für derartige Tätigkeiten aufgewendete Moderationszeit bei RTL und DNR 52 bzw. 33 Prozent, während 100,7 nur 17 Prozent der Sendezeit auf solche Moderationstätigkeiten verwendet. Hinzuzurechnen wären bei RTL einen Teil der Live-Beiträge von der Messe, was den Anteil nochmals steigern würde. Die Spielmoderationen für sich betrachtet nehmen einen beträchtlichen Teil der Moderation ein: rein auf die Moderationstätigkeiten bezogen bei DNR 14 (2003: 12) Prozent, bei RTL 29 (2003: 28 Prozent). Der Spielanteil ist damit geringfügig gestiegen.

## Unterhaltung

Bei der Betrachtung der Unterhaltung ist zunächst zu berücksichtigen, dass Unterhaltung sich nicht nur in explizit ausgewiesenen Unterhaltungsbestandteilen manifestiert, sondern auch in der Moderation oder der Art und Weise, wie Information präsentiert wird. Der Anteil von dedizierten Unterhaltungsbeiträgen ging im Vergleich zum Jahr 2003 in fast allen Programmen zurück. Bei RTL besteht der explizit ausgewiesene Unterhaltungsanteil aus den Deckkäpp-Ausstrahlungen. DNR hat im diesjährigen Untersuchungszeitraum keine Unterhaltungsbeiträge. Bei 100,7 besteht das Unterhaltungsangebot aus Kindersendungen, konkret einem von Kindern aufgeführten Singspiel.

## Werbung

Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Anteil der Werbung am Programm bei RTL um knapp vier Prozent erhöht. DNR hat wie im vergangenen Jahr ca. 7 Prozent Werbeanteil,



RTL Radio knapp 9 Prozent. In diesen Zahlen nicht eingerechnet sind die Beiträge, die Gesponsort werden, wie etwa Verkehr und Wetter. Rechnet man die gesponsorten Beiträge ebenfalls der Werbung zu, erhöht sich der Werbeanteil noch geringfügig.

Auf die Probleme im Bereich der Werbung wurde oben bei der Darstellung des Informationsangebots bereits hingewiesen.

### Das Hörfunkangebot am Wochenende

Aus dem Programmangebot am Wochenende wurden Samstag und Sonntag jeweils die Programmstunden um die Mittagszeit von 12.00 bis 14.00 Uhr untersucht. Im Vorjahr hatte es sich gezeigt, dass am Nachmittag die Berichterstattung auf den Sport konzentriert und zudem stark zurückgeht.

Während sich das Programm von DNR kaum verändert (der größere Informationsanteil erklärt sich durch das Mittagsjournal und zusätzliche Nachrichtenblöcke in der Stunde von 12-13 Uhr), sind die beiden Programmstunden bei RTL und 100,7 deutlich zu unterscheiden vom Werktagsprogramm, aber auch zum Programm des Vorjahres. RTL strahlt in der untersuchten Zeit die Sendung Background aus, in der ein Interview mit dem scheidenden Parlamentspräsidenten Spautz, ein Interview mit Nico Wennmacher (CFL) sowie eine Table Ronde zur Wahl ausgestrahlt wird. Thema der Table Ronde ist das Integrative Verkehrs- und Landesentwicklungskonzept IVL. Damit liegt der Informationsanteil dieser zwei Programmstunden bei über 80 Prozent, der Musikanteil geht auf zwei Prozent zurück. Im Jahr 2003 hatte der Informationsanteil mit 42 Prozent auch deutlich über dem Durchschnitt gelegen, aber nicht in diesem Maße.

Auf 100,7 läuft am untersuchten Samstag die Sendung „Riicht Eraus“ mit dem ADR-Politiker Gybérien sowie aus der Reihe „4 Minuten Klartext“ eine Sendung mit Lou Marx, so dass der Informationsanteil in den zwei Stunden knapp 60 Prozent beträgt. Entsprechend reduziert ist der Musikanteil. Gegenüber dem Vorjahr sind die Unterschiede bei 100,7 geringer als bei RTL. Damals waren ebenfalls ca. 60 Prozent Informationsanteil zu verzeichnen.

Sonntags weisen RTL und DNR gegenüber dem Werktagsprogramm wenig strukturelle Abweichungen auf. DNR überträgt einen Gottesdienst, der noch in die betrachtete Zeit hineinragt. Bei 100,7 sind die 80 Prozent Informationsanteil auf einen langen Bericht über den Vater des Manga-Comics sowie die Sendung „Rendez-vous am Kiosk“ zurückzuführen, in der die Fanfare Medernach portraitiert wird. Durch dieses Portrait eines lokalen Musikvereins verschieben sich dementsprechend Ereignisort und Themenreichweite.

Es gibt an den beiden Tagen unterschiedliche Themenschwerpunkte, die aus den Daten unschwer zu entnehmen sind: samstags dominieren aufgrund der Gesprächssendungen politikbezogene Themen (Politik, Wirtschaft/Arbeit), sonntags verschiebt sich der Fokus zur Kultur und zum Sport. Bei RTL und DNR hat die Sportberichterstattung den größten Anteil am Informationsangebot, bei 100,7 machen kulturelle Themen den größten Teil aus, der

Sport immerhin noch 6 Prozent des Gesamtangebots. Betrachtet man nur das Nachrichtenangebot haben alle drei Sender den Sport als Topthema.

### 3.2 Befunde zum Programmangebot Fernsehen

#### Die grundlegende Sendungsstruktur

Gegenüber der letztjährigen Untersuchung ergaben sich im Ablauf des werktäglichen Abendprogramms von RTL Télé Lëtzebuerg (künftig kurz RTL) nur wenig Veränderungen. Die bislang um 18.30 Uhr von Boulevard- und Personalitynachrichten unterbrochene Sendung „Planet RTL“ enthält stattdessen einen weiteren Newsflash mit 3-5 Kurzmeldungen. Nach wie vor ist die erste Stunde des Abendprogramms eher unterhaltungsorientiert, die zweite Stunde ist eher informationsorientiert. Die nachfolgende Tabelle gibt dazu einen Überblick:

Beginn	Sendungstitel
ca. 18:00	Newsflash
ca. 18:01	Planet RTL
ca. 18:30	Newsflash
ca. 18:32	Planet RTL (Forts.)
ca. 18:50	Planet RTL: RTL Boulevard
ca. 19:00	De Magazin
ca. 19:30	De Journal
ca. 19:45	Top Thema
ca. 20:00	Météo
ca. 20:05	Beginn der Wiederholungen

**Tabelle 3: Programmschema des Fernsehprogramms (werktags)**

Im Gegensatz zum Jahr 2003 wurde die Sendung Planet RTL jedoch verändert. Die Sendungen setzen ihren Schwerpunkt in der untersuchten Programmwoche nicht auf Videoclips und Musikinformation oder Studiogespräche mit Musikern, sondern auf Studiogespräche mit Politikern. In der untersuchten Woche waren folgende Politiker zu Gast:

Datum	Gäste
10. Mai	Lydie Polfer, Sandra Schroeder (beide DP)
11. Mai	Jean-Claude Juncker, Fabienne Gaul (beide CSV)
12. Mai	Jean Asselborn, Danièle Rasque (beide LSAP)
13. Mai	Gast Gybérien, Steve Berger (beide ADR)
14. Mai	Camille Gira, Nuria Garcia (beide Déi Gréng)

**Tabelle 4: Gästeschema der Sendung Planet RTL während der Untersuchungswoche**

In der Sendung wurde versucht, mit unkonventionellen Fragen auch den Menschen hinter dem Politiker zu zeigen, etwa indem nach einem typischen Arbeitstag gefragt wurde oder warum die Person in die Politik ging. Diese Entwicklung kann als erstes Anzeichen einer Personalisierung der politischen Kommunikation in Luxemburg gesehen werden, die dadurch gekennzeichnet ist, dass die Person des Politikers in den Vordergrund rückt und politische Einstellungen sowie die politische Diskussion von Sachthemen in den Hintergrund rücken. Diese Personalisierung der Politik wird von Politik- und Medienwissenschaftlern ganz unterschiedlich eingeschätzt wird: von den einen als geeignetes Mittel der Politikvermittlung, von der anderen als problematische Form des Infotainments.

Darüber hinaus hat sich der weitere Verlauf des Programms gegenüber dem Vorjahr nicht geändert. Gegen 18.50 Uhr folgt im Rahmen von Planet RTL „RTL Boulevard“. Die Sendung „De Magazin“ beginnt um 19.00 Uhr und enthält wiederum einen „Newsflash“ mit Schlagzeilen, eine Ausgabe des Wetterberichts, sowie die eigentliche Sendung zu einem täglich wechselnden Themenschwerpunkt. Gegen 19.30 Uhr beginnen die Hauptnachrichten mit Schwerpunkt Luxemburg, denen kurz vor 20.00 Uhr an manchen Tagen ein Special (Topthema) folgt. Das Programm schließt mit einer ausführlicheren Wettervorhersage.

In der untersuchten Woche gab es vier Sendungen in der Rubrik „Top Thema“, alle drei zur Wahl. Zwei Sendungen mit jeweils einem Kandidaten, Robert Mehlen (ADR) am 11.5. und mit Henri Grethen (DP) am 13.5., am 12.5. eine Sendung der Reihe Face-à-Face und am 14.5. eine offizielle Table Ronde zum Thema Schulpolitik.

Am Wochenende gibt es gegenüber dem Vorjahr die selben Abweichungen vom normalen Programmschema: Samstag wird von 18.00 bis 19.00 Uhr die Sendung „Planet Hits“ (Zuschauer-Charts) gesendet, außerdem entfällt die Ausgabe von „De Magazin“; stattdessen wird die in sich geschlossene Sendung „RTL Kultur“ gezeigt. Im Zentrum der während der Untersuchungswoche ausgestrahlten Ausgabe stehen die Luxemburgische Philharmonie und der Künstler Yves Klein. In der Samstagsausgabe der Nachrichten gibt es zusätzlich eine Presse-revue. Sonntags wird die Sendung „Planet Hits“ zur selben Stunde (18.00 bis 19.00 Uhr)

wiederholt. Anschließend folgt um 19.00 Uhr die Sendung „RTL Impuls“. Sie beschäftigte sich mit dem luxemburgischen Fußball.

Insgesamt verteilen sich die Grundbausteine des Fernsehprogramms wie folgt:

Beitragszuordnung	Anteil am Programm 2003	Anteil am Programm 2004
Information	48,5%	58,1%
Programminfo	2,3%	1,9%
Service	2,4%	2,0%
Sonstiges	5,9%	6,2%
Unterhaltung	34,5%	24,3%
Werbung	6,5%	7,6%

**Tabelle 5: Die Programmbausteine des Fernsehprogramms im Vergleich (Abendprogramm<sup>5</sup>)**

Beim Vergleich der Befunde aus dem Jahr 2003 und dem Jahr 2004 fällt der Rückgang der Unterhaltung und der größere Informationsanteil ins Auge. Diese Veränderung geht überwiegend auf die wahlbedingten Änderungen in der Planet RTL-Sendung zurück. Die Informationsanteile ergeben sich insgesamt aus Filmbeiträgen, informierenden Moderationen, Studiogesprächen etc. Musikclips, unterhaltende Moderation, Spiele u.ä. wurden unter Unterhaltung subsummiert. Die Serviceanteile ergeben sich fast ausschließlich aus den Wetterberichten, die mehrmals in verschiedener Präsentationsform und Informationsfülle auf dem Programm stehen. Unter Sonstiges werden u. a. Begrenzer zwischen Sendungen („RTL Pub“), für das Programm allgemein werbende Trailer sowie Sonderformen geführt. Auch Wahlwerbung wird als Sonstiges verbucht.

Im Jahr 2003 hatte die Verteilung der Programmbausteine über die gesamte Woche nur geringe Variationen in der Zusammensetzung des Programms gezeigt. Im Jahr 2004 gibt es deutlichere Unterschiede. Besonders deutlich zeigt sich das am Unterhaltungsanteil: Mittwochs beträgt er etwas über 7 Minuten (5,4 Prozent), Samstags 57 Minuten (44,3 Prozent). Der Informationsanteil unterliegt geringeren Schwankungen, macht jedoch am Wochenende die gegenläufige Bewegung zur Unterhaltung, nimmt also ab. (vgl. Abbildung Verteilung der Programmbausteine des Abendprogramms im Wochenverlauf im Tabellenanhang sowie Tabelle 6 unten).

<sup>5</sup> Abendprogramm bezeichnet hier und in den folgenden Auswertungen das gesamte Programm der Woche von Mo., 10. Mai 2004 bis So., 16. Mai 2004 jeweils vom Sendungsbeginn um ca. 18.00 Uhr bis zum Beginn der Programmwiederholungen (in der Regel ca. 20.05 Uhr, soweit nicht explizit anders ausgewiesen. Eingeschlossen sind die Sondersendungen zur Wahl.

Beitragsart	Information	Programm-info	Service	Sonstiges	Unterhaltung	Werbung	Gesamtergebnis
Mo, 10. Mai 04	1:17:00	0:04:03	0:01:42	0:05:33	0:22:27	0:08:32	1:59:17
Di, 11. Mai 04	1:25:25	0:02:10	0:06:23	0:03:14	0:20:04	0:12:26	2:09:42
Mi, 12. Mai 04	1:41:04	0:03:48	0:01:13	0:06:07	0:07:13	0:13:38	2:13:03
Do, 13. Mai 04	1:11:41	0:03:19	0:00:49	0:02:07	0:39:57	0:07:50	2:05:43
Fr, 14. Mai 04	1:28:00	0:02:19	0:05:07	0:18:10	0:31:06	0:11:54	2:36:36
Sa, 15. Mai 04	0:48:27	0:01:10	0:01:32	0:14:20	0:57:23	0:06:49	2:09:41
So, 16. Mai 04	1:05:36	0:00:59	0:01:47	0:07:33	0:46:10	0:08:47	2:10:52

**Tabelle 6: Die einzelnen Programmbausteine nach Dauer und Tagen im Überblick**

#### Beitragsarten und Darstellungsformen

Auch bei den Beitragsarten und Darstellungsformen manifestieren sich die wahlbedingten Verschiebungen in der Schwerpunktsetzung. Während sich der Umfang der Moderation nicht verändert hat, präsentierte RTL in der Untersuchungswoche mehr Informationen in Form von Interviews oder Studiogesprächen – zu Lasten der Musikclips und der Filmbeiträge. Der Umfang der Studiogespräche hat sich mehr als verdoppelt, noch größere Steigerungen gab es bei den Interviews. Betrachtet man jedoch die Verteilung im Wochenverlauf, zeigt sich, dass hier wenige längere Beiträge das Gros ausmachen. Blendet man die Wahlsendungen bei der Betrachtung der Beitragsarten aus, verschwinden auch die Differenzen zwischen der Phase normaler Berichterstattung und der Wahlphase. Die Verschiebungen sind also definitiv wahlbedingt.

Auffallend vergrößert hat sich der Werbeanteil. In der Untersuchungswoche machte Werbung über 8,6 Prozent der Sendezeit aus, im Vorjahr 6,5 Prozent.

Form	Anteil 2003	Anteil 2004
Begrenzer	2,0%	3,3%
Filmbeitrag	32,7%	24,7%
Interview	0,8%	4,5%
Meldung	5,8%	4,3%
Moderation	21,7%	21,3%
Musikclip	14,2%	10,1%
Sonstige	2,4%	2,1%
Spiel	0,6%	
Studiogespräch	8,1%	18,0%
Trailer	3,1%	1,6%
Werbebeitrag	6,5%	8,6%
Wetterdienst	2,1%	1,6%

**Tabelle 7: Anteile der Beitragsarten im Überblick (Abendprogramm)**

Aufgrund der – im Vergleich zum Hörfunk – größeren Unterschiede zwischen verschiedenen Sendungstypen kann Moderation unterschiedliche übergeordnete Funktionen übernehmen: Moderation im Fernsehen kann Information sein, wenn etwa ein Informationsbeitrag amodert wird, Moderation kann Unterhaltung sein, wenn beispielsweise zwei Moderatoren miteinander herumalbern. Moderation kann aber auch Programminformationen bieten. Informierende Moderation macht im Programm 37,0 Prozent aus, unterhaltende Moderation 61,8 Prozent, während auf andere Arten ca. 1,2 Prozent entfallen. Das Verhältnis informierender Moderation zu unterhaltender Moderation hat sich damit praktisch nicht verändert – obwohl in der Planet RTL-Sendung der Anteil informierender Moderation angestiegen ist.

#### Verteilung der Themenbereiche

Machte im vergangenen Jahr der Anteil der Berichterstattung zur Politik ein reichliches Fünftel des Fernsehangebots aus, so beträgt dieser Anteil nun in der Wahlkampfphase knapp 38 Prozent und liegt damit 70 Prozent höher als im Vorjahr. Der Anteil wahlkampfrelevanter Themenbereiche (Politik, Wirtschaft/Arbeit, Schule/Bildung, Finanzen, Soziales) hat sich von 43 auf 62 Prozent erhöht. Geringere Anteile als 2003 verbuchen etwa der Sport, aber auch kulturelle Themen (Musik, Film). Auch der kumulierte Anteil weniger stark vertretener Themenbereiche ist kleiner geworden (2003: 19,2 Prozent, 2004: 13,5 Prozent).

2003		2004	Mit Wahls.	Ohne Wahls.
Politik	22,3%	Politik	37,9%	23,6%
Sport	12,2%	Schule/Bildung	11,7%	0,0%
Soziales/Armut/Bafög/Rente	9,1%	Sport	9,7%	15,9%
Gesundheit/Körper/Medizin	8,9%	Kultur	5,4%	9,0%
Wirtschaft/Arbeit	8,0%	Wirtschaft/Arbeit	5,2%	8,7%
Film	6,5%	Finanzen	4,6%	7,7%
Musik	4,0%	Sonstiges	3,6%	5,5%
Schule/Bildung	3,7%	Buntes/Klatsch/Unterhaltung	3,2%	0,5%
Kriminalität	3,1%	Ökologie/Umwelt	2,6%	4,3%
Reise/Tourismus	2,9%	Soziales/Armut/Bafög/Rente	2,6%	3,7%
sonstige Themen	19,2%	sonstige Themen	13,5%	21,1%

**Tabelle 8: Themenverteilung in Informationsbeiträgen im Vergleich (mit und ohne Einbeziehung der Wahlsondersendungen).**

Beachtet werden muss die Tatsache, dass sich manche Themenanteile ausschließlich durch die Wahlsondersendungen ergeben. So ist beispielsweise das Thema Schule/Bildung auf eine Table Ronde zu diesem Thema zurückzuführen. Eine Betrachtung der Themenverteilung unter Ausschluss der direkt wahlbezogenen Sendungen zeigt, dass sich die Werte dann wieder stark denen des Jahres 2003 angleichen. Die geänderte Verteilung der Themenbereiche ist also bedingt durch die verschiedenen Wahlsendungen.

Die Analyse der Themengeographie der in der Untersuchungswoche ausgestrahlten Informationsbeiträge zeigt, dass der Anteil der Berichterstattung aus Luxemburg gestiegen ist. Sie macht nun insgesamt 90 Prozent des Informationsanteils aus (2003: 54 Prozent). Gleichzeitig ist der Anteil der Auslandsberichterstattung stark zurückgegangen (von 27 auf unter 10 Prozent). Die Berichterstattung von außerhalb der Hauptstadt hat sich mehr als verdoppelt.

Ereignisort	Anteil 2003	Anteil 2004	2004 ohne Wahls.
Luxemburg - Stadt	37,4%	50,7%	38,5%
Ausland	25,0%	9,1%	15,2%
Luxemburg - Land	17,1%	40,0%	46,1%
kein Ort erkennbar	13,4%	0,0%	0,0%
nicht ortsgebunden	5,4%	0,1%	0,0%
Region (F)	0,9%	0,2%	0,2%
Region (D)	0,8%	0,0%	0,0%

**Tabelle 9: Verteilung des Ereignisorts im Vergleich**

Die Fokussierung auf luxemburgische Themen zeigt sich auch in der Auswertung der Themenreichweite (Tabelle 10), die eine Ausweitung der Berichterstattung mit nationaler Reichweite zu Lasten internationaler, aber auch lokaler Themen belegt. Sowohl Ereignisort als auch Themenreichweite sind durch die Sondersendungen weniger stark beeinflusst als die Themenbereiche.

Themenreichweite	Anteil 2003	Anteil 2004	2004 ohne Wahls.
national	48,3%	88,8%	81,8%
international	27,2%	9,9%	16,1%
lokal	13,3%	0,0%	0,0%
nicht eingrenzbar	7,2%	0,0%	0,0%
regional	4,1%	1,3%	2,1%

**Tabelle 10: Verteilung der Themenreichweite im Vergleich**



#### 4. Sonderanalyse der Wahlsendungen

##### *Politische Informationen im Fernsehgespräch*

Für die Politische Kommunikation und die politische Meinungsbildung haben Fernsehgespräche verschiedene Funktionen:

- sie sollen die monologische Politikvermittlung der Nachrichtensendungen, der Ansprachen, der Parteienwerbung dialogisch auflockern (Unterhaltungsfunktion);
- sie sollen die Vertreter der Politik selbst zu Wort kommen lassen, und damit authentische Informationen bieten (Verlautbarungsfunktion);
- sie sollen der Befragung von Politikern im Namen der Öffentlichkeit dienen (Einvernahmefunktion).

Während in Nachrichtenbeiträgen über Politik und ihre Akteure berichtet wird, können sich die politischen Akteure in den Fernsehgesprächen selbst präsentieren. Diese Selbstpräsentation darf aber nicht den Prinzipien der Wahlwerbung folgen, sondern bleibt journalistischen Prinzipien unterworfen. Deshalb sind an Fernsehgespräche auch die Standards der journalistischen Informationsvermittlung anzulegen: sie sollen informativ sein, dem Wahrheits- und Wahrhaftigkeitsgrundsatz verpflichtet bleiben, sie sollen relevante Informationen liefern und sie sollen möglichst für alle Zuschauer verständlich sein. Nur wenn diese Grundsätze eingehalten werden, können Fernsehgespräche ihren Beitrag zur politischen Meinungsbildung leisten.

Im Unterschied zu Nachrichtensendungen treffen aufgrund der beschriebenen Konstellation die Logik der Politik und die Logik des Journalismus direkt aufeinander. Die Logik der Politik strebt nach möglichst positiver Selbstdarstellung der eigenen Person und der Partei, bis hin zur Wahlwerbung. Die Logik des Journalismus erfordert eine kritische Hinterfragung der Politik im Namen der Öffentlichkeit. Je nach dem, wie dieser strukturelle Antagonismus aufgelöst wird, ist das entsprechende Fernsehgespräch entweder eine Form der Hofberichterstattung, in der Journalisten zu Stichwortgebern der Politiker werden, oder aber eine Form der kritischen Politikberichterstattung und -analyse. In der Art und Weise, in der dieser Antagonismus behandelt wird, zeigt sich auch, welches Modell für das Verhältnis von Journalismus und Politik wirksam ist:

- das deterministische Modell, in dem die Politik die Medien instrumentalisiert,
- das Dependenzmodell, in dem die Politik und ihre Akteure den Spielregeln der Medien unterworfen sind,
- das Symbiosemodell, nach dem zwischen Politik und Journalismus eine gegenseitige Abhängigkeit besteht.

Eine Analyse der politischen Fernsehgespräche ist insofern aufschlussreich, als sich in den Gesprächsverläufen das Verhältnis von Politik und Journalismus manifestiert und insofern

deutlich wird, nach welchem Modell das Verhältnis gestaltet ist (vgl. Bucher 2004). Dabei kann es durchaus sein, dass die Modelle als Mischungen vorkommen.

Will man als das Zusammenspiel einer Logik der Politik und einer Logik des Journalismus anhand politischer Fernsehgespräche erforschen, müssen dafür folgende Analysefragen beantwortet werden:

- Welche Interviewstrategien werden von den Journalisten eingesetzt?
- Inwiefern nehmen die Journalisten ihre Aufgabe wahr, Anwälte der Zuschauer, der Öffentlichkeit zu sein?
- Entspricht das Sendeformat den Ansprüchen der Politikvermittlung?
- Welche Selbstdarstellungsmöglichkeiten eröffnet das Sendeformat und die Handlungsweise der Journalisten den Politikern?
- Werden die Politiker der verschiedenen Parteien von den Journalisten gemäß ihrer Neutralitätsverpflichtung behandelt?
- Werden bei der Politikvermittlung in den Fernsehgesprächen die journalistischen Qualitätsstandards erfüllt?

Die folgende Analyse der dialogischen Fernsehsendungen soll diese Fragen beantworten, um dadurch zu klären, in welcher Weise sie zur politischen Meinungsbildung in Wahlzeiten beitragen können.

Um die spezifischen Leistungen des Programmangebots zu Wahlzeiten zu untersuchen, wurde neben der oben dargestellten inhaltsanalytischen Untersuchung eine Reihe von Sendungen mit anderen Verfahren untersucht. Konkret handelt es sich dabei um sprachwissenschaftliche Verfahren, die zur Untersuchung von Dialogsendungen in den Funkmedien entwickelt wurden. Berücksichtigt werden bei der dialoganalytischen Verfahrensweise die Besonderheiten der Kommunikation und Besonderheiten der Kommunikationsformen. Zu diesen Besonderheiten gehören etwa medienspezifische Kommunikationsbedingungen wie die Mehrfachadressierung oder Rollenverteilungen, also dass Interviewer überwiegend Fragen stellen und die Interviewpartner überwiegend Antworten geben (vgl. Bucher 1994, Bucher 1999, Barth 1998). Betrachtet wird auch das Einhalten von implizit vereinbarten Spielregeln: Gerade dann, wenn dieses Regelkorsett verlassen wird, sind interessante Befunde zu erwarten.

Für die dialoganalytische Untersuchung wurden folgende Sendungen herangezogen:

- „Table Ronde“ vom 4.6.2004 mit den Spitzenkandidaten der Parteien CSV (Jean-Claude Juncker), DP (Lydie Polfer), LSAP (Jean Asselborn), ADR (Gast Gybérien), Déi Lénk (Serge Urbany), KPL (Aloyse Bisdorff) sowie der Europaabgeordnete von Déi Greng Claude Turmes. Die Sendung wurde moderiert von Monique Kater und Frank Goetz (RTL);
- „Table Ronde“ (Hörfunk) vom 5.6.2004 mit Gast Gibéryen (ADR), Colette Flesch (DP), Robert Goebbels (LSAP), Jean Huss (Déi Gréng), Luc Frieden (CSV), Henri Wehenkel (Déi Lénk), Aloyse Bisdorff (KPL), moderiert von Marco Goetz (RTL) und Mick Entringer (100,7);

- „Face à Face“ vom 19.5.2004 mit Fernand Boden (CSV) und Mars Di Bartolomeo (LSAP), moderiert von Caroline Mart (RTL);
- „Face à Face“ vom 13.5.2004 mit Jeannot Krecké (LSAP) und Lucien Weiler (CSV), moderiert von Marc Linster (RTL);
- „Face à Face“ vom 8.6.2004 mit Jean-Claude Juncker (CSV) und Jean Asselborn (LSAP), moderiert von Marco Goetz (RTL);
- „Um Préifstand“ vom 10.6.2004 mit François Bausch (Déi Gréng), moderiert von Caroline Mart, Tom Graas (RTL)

### *Charakteristika der einzelnen Sendungen*

#### **Table Ronde**

In der Wahlkampfphase wurden in Fernsehen und Hörfunk je fünf, insgesamt also zehn Sendungen produziert. Die Sendungen wurden unter Maßgabe des Pflichtenhefts in Absprache mit den Parteien im Auftrag der Regierung von RTL bzw. 100,7 produziert und ausgestrahlt. Leitprinzip der Sendung ist eine Gleichbehandlung der Diskussionsteilnehmer.

Die Sendung beginnt mit einer ersten Runde zu den Vor- und Nachteilen der EU-Erweiterung für Luxemburg. Den Teilnehmern wird das Rederecht in der Reihenfolge der Wahllisten erteilt, ohne konkrete Frage an die Parteimitglieder, also eine gute Gelegenheit zur Selbstdarstellung für die Parteien. Ein dafür typischer offener Eröffnungszug ist beispielsweise die folgende allgemeine Frage zu den Vor- und Nachteilen des erweiterten Europa für Luxemburg:

*Kater: Mir wëllen eis Diskussioun ufänken mat engem éischten Tour de Table wou mer u jiddfereen vun iech d'Fro stellen wéi eng Virdeeler awer och wat fir eng Nodeeler dir fir Lëtzebuerg gesitt a méi engem groussen erweiderten Europa.*

Unterschiede in den Frageformulierungen sind teilweise subtil und bewegen sich auf der Ebene der Wortwahl – etwa wenn der ADR-Kandidat gefragt wird, warum er sich vor einem föderalen Europa ‚fürchte‘. Fragestellungen und die Rederechtszuteilung sind zum großen Teil höflich und zuvorkommend, wie die Beispiele weiter unten zeigen.

Juncker fühlt sich durch die Äußerungen eines Vorredners angegriffen. Gemäß dem Provokationsprinzip, das besagt, dass derjenige Diskussionsteilnehmer, der angegriffen wurde, vom Moderator Gelegenheit zur Verteidigung bekommt, erteilt die Moderatorin Monique Kater Juncker das Wort – möglicherweise auch aufgrund eines für den Zuschauer nicht sichtbaren Zeichens:

*Kater: Här Juncker, dir wollt reagieren.*

Durch eine, wenn auch im Ansatz kritische, Zwischenfrage des Moderators Frank Goetz („Mee, den Europäeschen Gewerkschaftsbond, schafft deen da gudd genuch?“) wird dem Staatsminister weiter Spielraum geschaffen, um Imagepflege zu betreiben und für die Arbeit der Regierung zu werben. Anschließend wird der Bitte der Außenministerin, etwas beizutragen ebenfalls stattgegeben:

*Polfer: Kann ech villäicht juste dobei soen?*

*Goetz: Ech bieden Iech!*

Passagen, in denen die zum Ausdruck gebrachten Gesprächsinteressen der Beteiligten weit auseinander gehen sind selten. Dies zeigt sich etwa an einer Sequenz in der LSAP-Kandidat Jean Asselborn seine Unzufriedenheit mit dem organisatorischen Rahmen des Rundtischgesprächs und dem Sendungskonzept thematisiert. Der Beginn der Sequenz ähnelt den anderen, Asselborn fragt fast schon vorsichtig, ob er auch noch Stellung nehmen dürfe, holt dann aber zu einer grundlegenden Kritik am Sendungskonzept aus:

*Stille, dann Asselborn: Därf ech och eppes soen?*

*Goetz, Kater: Secher! jo, mir hunn drop gewart.*

*Asselborn: Dir stellt mer keng Fro, mee ech mengen mir sinn jo elo hei net hei hinner komm, dass jiddereen säin Sprechelchen opseet. Mir müssen jo e bessen kucken, dass et eng Diskussioun get. (lachend)*

*Goetz: Mir haaten och eng ganz speziell Fro fir Iech.*

*Asselborn (redet weiter): Ech ging gäeren, wann der wellt, dem Här Bisdorff eppes äntwerthen an och dem Här Gybérien. (...)*

Streitpunkt ist im Grunde die Frage, ob die Sendung ‚nur‘ als Plattform für die ungestörte Selbstdarstellung dienen oder ob sie als Diskussion ablaufen soll, also die Möglichkeit bieten, Äußerungen zu widersprechen und Darstellungen zu korrigieren. Möglicherweise steckt hinter dem Vorstoß auch die Befürchtung als (Noch-)Opposition bei den Rederechtszuteilungen gegenüber den Koalitionsparteien den Kürzeren zu ziehen. Dass Asselborn mit seiner Kritik die Konzeption der Journalisten tangiert, zeigt die Reaktion von Frank Goetz, der zunächst bereitwillig zusammen mit seiner Kollegin das Rederecht erteilt, im zweiten Zug dann versucht, fast schon entschuldigend zu erläutern, dass Asselborn durchaus noch auf der Agenda stehe („Mir haaten och eng ganz speziell Fro fir Iech“). Der Versuch Asselborns sich selbst ins Spiel zu bringen lockt die Journalisten aus der Reserve. Als sich ein Streitgespräch zwischen Asselborn und dem KPL-Kandidaten entspinnt, versuchen die Moderatoren Asselborn auf eine konkrete Stellungnahme – hier zur Sicherheitspolitik – festzulegen und damit ihrer Rolle als Gesprächsleiter Geltung zu verschaffen.

Die Episode zeigt aber auch, dass die Journalisten auf eine etwas konfrontativere Gangart seitens der Diskussionsteilnehmer nicht vorbereitet waren. Die Dialogführung anhand des Proporzsystems einerseits und die zahlreichen Regelverstöße durch die Gäste andererseits führen zu einer offensichtlichen Verwirrung in Bezug auf das „internalisierte Drehbuch“ der Fernsehrunde. So äußert der linke Politiker Urbany seine Unzufriedenheit, dass er zu selten

zu Wort komme und klagt damit das Gleichbehandlungsprinzip ein. Die Journalistin Kater fordert ihn daraufhin auf, sich zu wehren, obwohl die Verteilung des Rederechts ihre Aufgabe wäre:

*Urbany: Ech mengen, ech kommen hei guernet esou richteg zu Wuert.*

*Kater: Dann muss dir iech wieren*

Dass die Journalisten auch eine weitere Aufgabe, nämlich das Zeitmanagement der Sendung, nicht angemessen wahrnehmen, zeigt folgende Sequenz, in der Goetz darlegt, dass die Redezeit der einzelnen Diskussionsteilnehmer nicht separat gemessen wird:

*Goetz: Här Urbany Zäit leeft..*

*Urbany: Een Moment, ech war elo laang, laang hunn ech mech iwwerspille geloos...*

*Goetz (skeptisch): Och, mir hunn keng Stopauer matlaafe geloos, mee bon, jo.*

Insgesamt zeigen Auswertungen zur Redezeit, dass die Zeit, die die Parteien zur Selbstdarstellung hatten relativ ausgeglichen verteilt war:

Datum	ADR	CSV	DP	KPL	LSAP	Déi Gréng	Déi Lénk
14.05.2004	0:07:17	0:07:37	0:10:26	0:09:04	0:08:16	0:07:38	0:07:04
11.06.2004	0:09:32	0:09:56	0:08:42	0:07:31	0:08:17	0:09:27	0:11:20
28.05.2004	0:08:14	0:06:10	0:09:09	0:04:17	0:08:58	0:08:29	0:09:21
Gesamtergebnis	0:25:03	0:23:43	0:28:17	0:20:52	0:25:31	0:25:34	0:27:45

Datum	ADR	CSV	DP	KPL	LSAP	Déi Gréng	Déi Lénk
14.05.2004	12,70%	13,28%	18,19%	15,80%	14,41%	13,31%	12,32%
11.06.2004	14,72%	15,34%	13,44%	11,61%	12,79%	14,59%	17,50%
28.05.2004	15,07%	11,29%	16,75%	7,84%	16,41%	15,53%	17,11%
Gesamtergebnis	14,17%	13,42%	16,00%	11,81%	14,44%	14,46%	15,70%

**Tabelle 11: Gesprächsanteile der Parteien in Sendungen des Formats Table Ronde**

Die größten Differenzen zwischen den Parteien betragen ca. 8 Minuten. Einen Regierungsbonus, wie es zu Kohls Zeiten in Deutschland üblich war lässt sich für die CSV nicht feststellen. Betrachtet man die Anzahl der Beiträge verschiebt sich das Bild etwas: die CSV hatte Gelegenheit, viele kürzere Beiträge zu platzieren als die anderen Parteien.

Schwächen im Gesprächsmanagement offenbaren sich auch während der letzten Tour de Table, die eigentlich nach dem Muster der ersten Runde (nach Listennummerierung) erfolgen sollte. Sie droht sich zur Diskussion zu entwickeln. Der Journalist Goetz greift mehrmals ein, um die Reihenfolge der Redner nach dem „Listenprinzip“ wieder herzustellen. Dennoch wird denjenigen, die von den anderen Gesprächsteilnehmern angegriffen wurden, kurz das

Rederecht überlassen. Selbst dann als sich Juncker und Gybérien eine nicht ernst gemeinte Diskussion liefern wer von beiden den nun der „seltsamste Kerl“ („e Gelungenen“) sei. Allerdings werden größere Abschweifungen von der eigentlichen Fragestellung von den Journalisten nicht zugelassen:

*Urbany: Ech mengen, méi wichteg wéi wéini den Dag ass, ass d'Fro wat fir eng Reschter kritt dat Europaparlament.*

*Kater: Dat ass elo net op d'Fro geäntwert.*

Zum eigentlichen Ende, nachdem alle Parteien noch einmal der Reihe nach zu Wort gekommen sind, gelingt es Juncker allerdings, im wahrsten Sinne das letzte Wort zu behalten, damit gegen die Gesprächsrollen zu verstoßen und noch einen Seitenhieb gegen seine politischen Gegner zu platzieren:

*Juncker: Mäin Scheld stung iwrigens och zu Stroosbuerg, well ëch als éischten am Land gewielt gouf a well ëch och dohinner gaangen wär, wann ëch net Staatsminister gi wär. An elo froen ech all déi aner, a wat machen sie dann?*

*Kater: mir loosen d'Fro am Raum. Mir sinn um Enn.*

*Juncker: Dat ass méi einfach fir sie.*

Das satirische Wochenblatt Féierkrop fasste die Table Ronde zum Thema Europapolitik folgendermaßen zusammen:

„Sie [die Moderatoren] hatten vier Presse-à-l'école-Fragen vorbereitet, und als die etwas besser informierten Politiker tatsächlich zu diskutieren begannen, schrien sie nur noch hysterisch und unhöflich herum. Das Lustige war dann, dass die Kandidaten meuterten und weiter diskutierten, ohne sich um die beiden Doofköpfe zu kümmern (...)“ ( Féierkrop vom 11. Juni 2004)

Mit drastischen Worten werden hier die Probleme zusammengefasst: Die Politiker sind unzufrieden mit dem strengen organisatorischen Konzept, auch wenn es möglicherweise im Vorfeld genau so vereinbart wurde. Redezeit alleine, teilweise mit offenen Einladungen („Well vläicht nach een eppes soen?“) angeboten, genügt den Politikern nicht mehr als Raum für die Selbstdarstellung, es wird auch die Gelegenheit gesucht, sich mit dem Gegner direkt zu messen. Deshalb versuchen die Politiker aus dem Korsett der Sendung auszubrechen, indem sie sich über die Gesprächsregeln mehrmals hinweg setzen, sie versuchen also, die Logik der Politik durchzusetzen. Mit kritischeren Fragen an die Politiker würden die Journalisten ihre Rolle als reine Stichwortgeber verlassen und journalistische Autorität und Souveränität für das Gesprächsmanagement gewinnen. Damit könnte sichergestellt werden, dass die Logik der Politik nicht gegenüber der Logik des Journalismus die Oberhand behält und sich die Medien nicht für die Zwecke der Politik instrumentalisieren lassen.

## Face à Face

Die Sendung Face à Face ist als Streitgespräch konzipiert und stellt alleine schon deswegen eine andere Gesprächskonstellation dar: zwei Politiker gegnerischer Parteien debattieren zu einem Themenbereich. Moderiert werden die Sendungen von einem Journalisten/einer Journalistin. Der Vergleich dieser Gesprächssendung mit der Table Ronde zeigt, dass weniger die Leistungen einzelner Journalisten als vielmehr die Rahmenkonzeption das bestimmende Moment für die Gesprächssteuerung sind. Bereits die Eröffnungszüge der Sendungen demonstrieren eine andere Gangart, etwa eine Frage an den Wohnungsbauminister:

*Här Boden, hun déi sëllege Mesuren genuch gegruff. Ass de Problem vum Logement manner akut ginn, jo oder nee?*

Ähnlich geladen ist der Eröffnungszug in einer anderen Face à Face-Sendung:

*Marco Goetz: „An hirem Commentaire vun den Moien soot meng Kollegin Francine Glosener senngemeiß, dass iwuer strukturell Reformen wichteg Themen kaum riets gin ass, do-bäi huet den Staatsminister nach den 27. Abrëll an senger Déklaratioun iwwert d'Laag vun der Natioun eng national Zukunftsdebatt gefuerdert. Do soll jiddfereen d'Wuert ergreifen am Kader vun der Debatt. Et erstaunt dann awer, wann d'Parteien am Wahlkampf dei Zukunftsfoeren scheinbar evitéieren. Firwaat ass daat esou, Här Asselborn?“*

Allerdings sind nicht alle Fragen so kritisch wie die oben dargestellten, eine ganze Reihe von Fragen sind offene Einladungen zur Selbstdarstellung:

*Marc Linster: „Wéi ass ze dann elo d'Situatioun vun eisen Staatsfinanzen? D'Regierung seet jo emmer an gudden Zäiten wär en Apel fir den Duuscht op d'Säit geluecht gin, Här Krecké, ass den Apel net ieren schon gies?“*

Sie können jedoch schon in der nächsten Frage wieder kritischer werden, wie in der Sendung Krecké/Weiler an den CSV-Fraktionsvorsitzenden Weiler gerichtet:

*Marc Linster: "Här Weiler, weini kommen dann die konkret Chiffren op den Dësch, sin dei truceiert?"*

Eingegriffen wird einerseits mit Fragen, wenn sich die Themen zu sehr vom vereinbarten entfernen, aber auch, wenn das Verständnis seitens des Zuschauers nicht mehr gesichert zu sein scheint – es werden also genau die genuin dem Journalisten obliegenden Aufgaben wahrgenommen: Themenmanagement und Kohärenzsicherung. Dies zeigt sich am folgenden Beispiel:

*Mart unterbricht: Komm mir bleiwe villäischt, een Thema nom aaneren, komm mir bleiwe emol beim Bauland, well soss geheien mer alles duercherneen, kommen d'Leit net méi no.*

Das Face-à-Face-Format orientiert sich stärker an den eingangs genannten Funktionen von Gesprächssendungen in der Politikvermittlung (Verlautbarung, Einvernahme, Unterhaltung) und bietet gleichzeitig mehr Profilierungsmöglichkeiten für Politiker und Journalisten.

### Um Préifstand

Ebenfalls mehr Gestaltungsspielraum für Journalisten bietet die Sendung ‚Um Préifstand‘. Bei der Sendereihe „Um Préifstand“ handelt es sich um ein Infotainment-Format mit spielerischen Elementen in Form von grafischen Animationen und elektronischen Gimmicks. Der Rahmen ist im Voraus festgelegt, die Sendung eingeteilt in Kapitel, ähnlich wie die Spielrunden in Gameshows (hier am Beispiel einer Sendung mit François Bausch (Déi Gréng):

1. Der Gast vergibt Noten an die Regierung zu vier großen Themen der letzten fünf Jahre.
2. Der politische Gast wird mit kritischen Äußerungen konfrontiert, zu denen er Stellung beziehen muss. (Welche Kritik tut am meisten weh?)
3. Er bezieht Stellung zu kritischen Äußerungen des politischen Gegners.
4. Im Podiumsspiel geht es darum, drei von fünf Politikern auf ein Siegerpodium zu stellen.
5. Der Gast muss sich kritische Fragen und Bemerkungen von Bürgern stellen: Einspieler mit einem Gründungsmitglied der Grünen, einem Tankstellenbesitzer und einem Landwirt.
6. Unter der Rubrik „Ich klage an“, klagt der Gast einen politischen Akteur der letzten Legislaturperiode an.
7. Beim russischen Roulette werden Stichwörter aus dem grünen Wahlprogramm per Zufall generiert, zu denen der Gast sich äußern muss.
8. Abschließend folgt das formelle Engagement ein konkretes Wahlversprechen einzuhalten, das mit dem elektronischem Stift unterzeichnet wird.

Trotz vieler unterhaltsamer Elemente gibt das Konzept Raum für kritische Fragen der beiden Journalisten, der Informationsgehalt ist hoch. Dies zeigt etwa die Eröffnungssequenz, in der François Bausch zur Kompetenz seiner Partei Stellung nehmen soll:

*Bausch: Et ass ziemlich klor, dass ech do Réussite schreiwen. Ech sinn och der Meenung, dass die lescht 5 Joer Déi Gréng eng flott Meschung gemach hunn aus enger konsequenter Oppositounspolitik, wou mir de Fanger an d'Wonn geluecht hunn wann et drop ukomm ass, an awer zu deene meeschten Projeten déi d'Regierung haat sachbezunnen Dossieren vir konnten leen, déi beweisen, dass mir Alternativen zu dëser Regierung hunn.*

*Graas: Trotzdem wann een den RTL-Sondage kuckt do kommt dir a punkto Kompetenz just an 2 Kapitelen op déi éischt Plaz, nämlech bei den Umweltfroen an der Liewensmittelsécherheet. Bei deenen meeschten aaneren wart dir op der 4 Plaz hannert deenen dräi traditionnelle Parteien. Wéi empfand dir dat?*



*Bausch: Ech muss soen, ech hunn all déi Sondage gekuckt. Ech fannen jo scho mol interessant, mir sinn déi eenzeg Partei déi et färdeg bruecht huet d'CSV vun der éischter Plaz ze verdrängen an zwee Dossieren.*

*Mart: Dir hutt awer net d'Bild vermëttelt kritt vun enger vollstänneger Partei déi iwwerall kompetent ass.*

Der Zuschauer wird ausführlich über das Wahlprogramm der Partei informiert. Obwohl immer nur ein Spitzenkandidat im Mittelpunkt steht, ist die Sendung keine reine Personality-Show. Dennoch liefert sie dem Gast die Möglichkeit zur Imagepflege durch Beweis seiner Schlagfertigkeit, aber auch seinem Talent im Umgang und Spiel mit dem Medium Fernsehen.

Nach den im Bundestagswahlkampf 2002 erstmals eingeführten Kandidatenduellen gab es in Deutschland eine öffentliche Debatte über das Regelwerk der Duelle und den dadurch bedingten starren Sendungsverlauf sowie über das ‚Abschneiden‘ der Journalisten und Politiker (vgl. Bucher 2004:301). In der Sendung „Vor dem Duell“ äußerte Günter Jauch damals seine Erwartung an die Politiker: „... ich möchte den Diskurs sehen, ich möchte den Streit sehen und nicht zwei höfliche Menschen und am Ende ist mir langweilig“<sup>6</sup>. Unabhängig davon wie man zu den Entwicklungen in der politischen Medienkommunikation steht, ist die Debatte darüber Voraussetzung dafür die Entwicklung zu steuern. In der luxemburgischen Presse gab es nur einen Debattenbeitrag: die zitierte Darstellung des Féierkrop.

## 5. Zusammenfassung

Zentraler Aspekt der Untersuchung im Jahr 2004 war die Beobachtung der Unterschiede in der Informationsleistung luxemburgischer Funkmedien während Phasen normaler und intensiver Berichterstattung. Die Analyse zeigt, dass die Anpassung an Phasen intensiver Berichterstattung an ganz verschiedenen Punkten und in unterschiedlichem Maße erfolgt. Als die gängigste Form der Anpassung an Wahlkampfzeiten erweist sich die zusätzliche Programmierung von Gesprächssendungen mit den Kandidaten. Sie wird überwiegend im Fernsehen praktiziert, teilweise auch im Hörfunk. Im Hörfunk beschränken auch die Formatierungsregeln den Spielraum für Programmänderungen. Bei DNR zeigen sich als weitgehend fest formatiertem Programm kaum Änderungen. 100,7 ändert sein Programm weniger in der Struktur sondern im Bereich der inhaltlichen Gestaltung und der Themenauswahl, aber auch der Themengeographie. Ähnliche Tendenzen fanden sich bei RTL Radio. Anpassungen an aktuelle Ereignisse zeigen sich dort besonders deutlich, allerdings weniger bezüglich des Wahlkampfs, sondern bezüglich der Auswirkungen der Frühjahrsmesse auf die Programmgestaltung.

---

<sup>6</sup> Günter Jauch am 8.9.2002, zit. n. Bucher 2004:302.

Im Fernsehen zeigt sich die deutlichste strukturelle Änderung: bedingt durch zahlreiche zusätzliche Interviews und Studiogespräche die Ausweitung des Informationsanteils um knapp 10 Prozent. Veränderungen zeigen sich auch bei Themenverteilung und -geographie zugunsten einer umfangreicheren Politikberichterstattung zu Luxemburg.

Mit den dialoganalytischen Verfahren konnte gezeigt werden, dass die verschiedenen Formate der Wahlsendungen Journalisten und Politikern unterschiedliche Profilierungsmöglichkeiten bieten. Die Formate Face à Face und Um Préifstand sind von vornherein kritischer angelegt und erfordern spontane Reaktionen der Beteiligten. Ungehinderte Selbstdarstellung ist in diesen Formaten schwieriger als beim Table Ronde-Format. Dort ist die Gefahr groß, die Sendung der Logik der Politik zu überlassen. Dies ist sicher kein Gewinn für die Medien und wenn die Zuschauer das Interesse verlieren auch nicht für die Politik. Vom journalistischen Standpunkt aus gesehen, wäre eine Zuspitzung des Formats sinnvoll: entweder die Wahrnehmung einer kritischeren und eigenständigeren Rolle oder aber die Offenlegung der Verantwortung für die Spielregeln auch in der Sendung. Journalismus in der Mediendemokratie hat nicht die Selbstdarstellung der Politik zu organisieren; seine Aufgabe ist vielmehr deren kritische Analyse in einer anwaltschaftlichen Vertretung der Wähler.

Hintergrund der vom CNP in Auftrag gegebenen Programmanalysen war, die Angebote der in seine Zuständigkeit fallenden Anbieter vor dem Hintergrund des im vergangenen Jahr erarbeiteten Verhaltenskodex zu untersuchen. Im vergangenen Jahr wurde in diesem Zusammenhang die Verletzung verschiedener Trennungsnormen festgestellt. Letztlich gingen beide Verletzungen auf eine Vermischung von Sprecherrollen zurück, etwa bei der Vermischung von faktischer Berichterstattung und anschließender persönlicher Kommentierung oder der Vermischung von journalistischen und schauspielerischen Aufgaben bei der Präsentation von Werbung im Gewand von journalistischer Information. Die diesjährige Berichterstattung zur Messe kann als weiteres Beispiel für die Verletzung von Trennungsnormen gesehen werden, und bietet damit erneut die Möglichkeit, die Praxistauglichkeit des Verhaltenskodex an einer konkreten Berichterstattung zu überprüfen.

## **Empfehlungen an den CNP**

Ausgangspunkt der Gesamtstudie war der Wunsch des CNP eine Handreichung zu haben, die er bei der Bewertung der Berichterstattung der Medien seines Aufsichtsbereichs sowie bei eingehenden Beschwerden zu Rate ziehen kann. Gleichzeitig sollten in einer ersten Diagnose Problembereiche identifiziert werden. Unsere Empfehlungen werden hier – unter Rückgriff auf die in den bisher vorgelegten Berichten formulierten Hinweise – zusammengefasst.

### *Empfehlungen bezüglich des Verhaltenskodexes*

Ein Verhaltenskodex erfüllt überwiegend Orientierungsfunktionen. Der Kodex zeigt, welche Aspekte der Medienkommunikation unter publizistischen Gesichtspunkten problematisch werden können und was Maßstäbe sind, nach denen journalistische Leistungen beurteilt werden können. Der Kodex ist also kein Diagnoseinstrument, sondern eine Hilfestellung für die Diskussion um publizistische Qualität. Der vorgeschlagene Kodex selbst ist nicht als abgeschlossen zu betrachten, sondern muss immer wieder an entstehende neue Problemfelder aber auch an rechtliche Entwicklungen angepasst werden. Aus unserer Sicht ergeben sich in diesem Zusammenhang drei Aufgaben: Der CNP sollte erstens den Prozess der Qualitätssicherung moderieren, was beispielsweise durch Hearings, Veranstaltungen, Kongresse, roundtable-Gespräche geleistet werden kann. Zweitens sollte, gegebenenfalls unter Anpassung der Rechtslage, ein Katalog von Sanktionen entwickelt werden, der entsprechend der Schwere des Verstoßes und weiterer relevanter Faktoren (z. B. implementierte Qualitätssicherungsmaßnahmen) gegenüber den Medienunternehmen durchgesetzt werden kann. Und er sollte drittens dafür sorgen, dass eine kontinuierliche Überprüfung und Aktualisierung des Verhaltenskodex gewährleistet ist. Die Ausübung der Moderationsfunktion ist dringend erforderlich, weil es für Luxemburg derzeit keine publizistische Fachzeitschrift oder Media-Watch-Einrichtungen gibt, in der regelmäßig Evaluierungs- und Qualitätsfragen behandelt werden.

### *Empfehlungen auf Basis der Programmanalyse*

Beiträge, in denen Journalisten gegen Standesregeln verstoßen sind die Ausnahme, nicht die Regel. So war im Jahr 2004 in Deutschland zwar „Bild“ das vom Deutschen Presserat am meisten gerügte Medium. Rechnet man jedoch die 12 Rügen auf die ca. 250 Ausgaben eines Jahres wird nur etwa jede 20. Ausgabe gerügt. Medien mit einem seriöseren Berichterstattungsstil gehen in der Regel unbeanstandet durchs Jahr. Insofern sollte nicht erwartet werden, dass innerhalb kurzer Beobachtungszeiträume wie etwa einer Programmwoche viele verschiedene Beiträge unter Verweis auf den Verhaltenskodex zu kritisieren wären. Viele im Verhaltenskodex formulierte Forderungen, z. B. zur Informationsbeschaffung sind allein aus der Perspektive eines Programmeobers gar nicht diagnostizierbar. Verstöße gegen das

Persönlichkeitsrecht oder das Wahrheitsgebot werden oft erst dann erkennbar, wenn sie von Betroffenen thematisiert werden.

Eine Programmanalyse wie sie hier vorgelegt wurde, ermöglicht einen auf konkretem Datenmaterial basierenden strukturellen Befund zur Zusammensetzung der Programme, ihrer thematischen Ausrichtung und den wichtigsten Gestaltungsprinzipien. Ausgehend von diesen Daten lassen sich dann im Vergleich mit den Prinzipien des Verhaltenskodex und dem Abgleich mit dem Lastenheft Differenzen zu den eigenen Programmerwartungen diagnostizieren. Eine ganze Reihe von strukturellen Befunden aus der Programmanalyse können also Anlass zur Debatte über die Programme geben, auch ohne dass ein Verstoß gegen den Verhaltenskodex oder das Lastenheft vorliegt:

- die regionale Ausprägung des Informationsangebots,
- die bei manchen Sendern nahezu ausschließlich erfolgende Realisierung des Informationsangebots über Nachrichten sowie die dadurch bedingte eingeschränkte Hintergrundberichterstattung,
- der Einsatz eher wenig aufwändiger Darstellungsformen,
- die Themenrangfolge,
- die Realisierung der Hörerbeteiligung,
- die Leistungen der Moderatoren etc.

Die fundierte Evaluierung der Programmleistungen erfordert eine systematische, methodisch fundierte Vorgehensweise. Insofern gehört zur Qualitätssicherung auch eine regelmäßige wissenschaftliche Begleitforschung, die größere Ausschnitte aus dem Medienangebot analysiert und beurteilt. Beispielhaft dafür ist die kontinuierliche Programmforschung, wie sie ARD und ZDF betreiben und in der eigenen Fachzeitschrift *Media Perspektiven* publizieren. Vor diesem Hintergrund empfehlen wir ausgehend von der vorliegenden Untersuchung, künftig auf eine zweigleisige Strategie zu setzen. Einerseits sollten in längeren Abständen größere Untersuchungen ähnlich zur vorliegenden durchgeführt werden. Andererseits sollten regelmäßige kurzfristige Programmebeobachtungen von kleineren Programmeinheiten erfolgen. Denkbar wäre etwa die Durchführung einer größeren Programmanalyse im 5-Jahresturnus und die Festsetzung eines jährlich wechselnden Beobachtungsschwerpunkts. Fokussiert man den Blick auf bestimmte Programmausteine können diese um so detaillierter betrachtet werden. So könnte etwa die von uns bemängelte Verquickung von Information und Werbung auf diese Weise genauer evaluiert und mit den Programmerwartungen des CNP abgeglichen werden. Mit einer Sammlung von Beispielen könnte der CNP gegenüber den Programmanbietern seine eigenen Erwartungen zur Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten auseinandersetzen und damit den Verhaltenskodex in der Praxis erproben.

Eine weitere Möglichkeit, Aspekte der publizistischen Leistung des luxemburgischen Rundfunks zu evaluieren, wäre über die Ausschreibung von Themen für wissenschaftliche Abschlussarbeiten an luxemburgische Studierende, indem aus Sicht des CNP zu bearbeitende Fragestellungen den relevanten Professoren der umliegenden belgischen, französischen

und deutschen Universitäten übermittelt werden. Die Leistung des CNP könnte dann etwa in der Bereitstellung des Materials (oder einer Unterstützung bei dessen Beschaffung) liegen.

Zentrales Defizit in der luxemburgischen Medienlandschaft erscheint uns das Fehlen einer Kultur der reflektierten Medienkritik. Neue Möglichkeiten dafür ein Forum zu präsentieren bietet das Internet. Neue webbasierte Kommunikationsformen wie Weblogs haben sich in der letzten Zeit als unabhängige Wächter im Medienbereich etabliert (z. B. [www.bildblog.de](http://www.bildblog.de)). Weblogs bieten die Möglichkeit, auf einfache Art und Weise kleine Beiträge zu erstellen und diese der Öffentlichkeit zur Kommentierung und Ergänzung bereitzustellen. Sie sind insofern eine vergleichsweise wenig aufwändige Form zur Förderung der Debatte über Medien und ihre publizistischen Leistungen. Sie können so der Entwicklung von Medienkompetenz dienen und die Informationen für einen reflektierten Medienkonsum bereitstellen. Mit der Förderung eines unabhängigen (!) Weblogs könnte der CNP das Entstehen einer kritischen öffentlichen Debatte befördern und gleichzeitig Anhaltspunkte und Argumente für die Entwicklung der eigenen Positionen gewinnen.

## Literatur

- Barth, Christof (1998). Politische Fernsehdialoge zwischen Information und Unterhaltung : Eine sprachwissenschaftliche Analyse des Interviews in "ZAK". In: Klingler, Walter; Roters, Gunnar; Zöllner, Oliver (Hg.). *Fernsehforschung in Deutschland : Themen, Akteure, Methoden.* (333-346). Baden-Baden: Nomos.
- Barth, Christof; Bucher, Hans-Jürgen (2003a). Forschungsbericht und Entwurf eines Verhaltenskodex für Funkmedien des Großherzogtums Luxemburg. Trier: öffentlicher Forschungsbericht.
- Barth, Christof; Bucher, Hans-Jürgen (2003b). Bericht zur Programmanalyse von Funkmedien im Großherzogtum Luxemburg. Trier: Forschungsbericht.
- Blumers, Marianne (2000). Qualitätskontrolle im SWR : Ein theoretisches Modell auf dem Weg in den Redaktionsalltag. In: *Media Perspektiven* (5), 201-206.
- Brosius, Hans-Bernd; Weiler, Stefan (2000). *Programmanalyse nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen.* München: Kopäd.
- Bucher, Hans-Jürgen (2004). Die Medienrealität des Politischen. Zur Inszenierung der Politik im Fernsehen. In: Frevert, Ute & Braungart, Wolfgang (Hg.). *Sprachen des Politischen : Medien und Medialität in der Geschichte.* (268-303). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Bucher, Hans-Jürgen (1999). Sprachwissenschaftliche Methoden der Medienforschung. In: Leonhard, Joachim-Felix; Ludwig, Hans-Werner; Schwarze, Dietrich; Straßner, Erich (Hg.). *Medienwissenschaft : Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen.* (213-231). Berlin; New York: DeGruyter.
- Bucher, Hans-Jürgen (1995). Von der Inhaltsanalyse zur Programmstrukturanalyse. Am Beispiel regionaler privatrechtlicher Hörfunkprogramme in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. In: Bucher, Hans-Jürgen; Klingler, Walter; Schröter, Christian (Hg.). *Radiotrends : Formate, Konzepte und Analysen.* (85-102). Baden-Baden: Nomos.
- Bucher, Hans-Jürgen (1994). Dialoganalyse und Medienkommunikation. In: Fritz, Gerd; Hundsnurscher, Franz (Hg.). *Handbuch der Dialoganalyse.* (471-492). Tübingen: Niemeyer.
- Bucher, Hans-Jürgen; Schröter, Christian (1990). Privat-rechtliche Hörfunkprogramme zwischen Kommerzialisierung und publizistischem Anspruch : Eine Programm- und Informationsanalyse für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. In: *Media Perspektiven* (8), 517-540.
- Buß, Michael; Gumbel, Harald (2000). Theoriegeleitete Evaluation im öffentlich-rechtlichen Rundfunk : Ein Konzept zur Qualitätsbewertung von Rundfunkangeboten. In: *Media Perspektiven* (5), 194-200.
- Drengberg, Joachim (1996). N-Joy Radio: Ein öffentlich-rechtliches Erfolgsradio : Zukunftsfähige Hörfunkangebote für Jugendliche. In: *Media Perspektiven* (3), 134-143.
- Klingler, Walter; Schröter, Christian (1993). Strukturanalysen von Radioprogrammen 1985 bis 1990 : Eine Zwischenbilanz der Hörfunkforschung im dualen System. In: *Media Perspektiven* (10), 479-490.
- Krähenbühl, Peter (2002). Qualitätsbeurteilung im Schweizer Fernsehen : Das Modell von SF DRS. In: *Media Perspektiven* (7), 314-318.
- Krüger, Udo Michael (2002). Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Vergleich : Programmanalyse 2001/II von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. In: *Media Perspektiven* (10), 512-530.
- Tebert, Miriam (2000). Erfolg durch Qualität : Programmcontrolling beim WDR Fernsehen. In: *Media Perspektiven* (2), 85-93.
- Volpers, Helmut; Salwiczek, Christian; Schnier, Detlef (2000). *Regionalfenster im Programm von RTL und SAT.1 : eine vergleichende Inhaltsanalyse von Programmangeboten und journalistischer Qualität.* Opladen: Leske + Budrich.

## **Tabellenanhang**

## Teil 1: Hörfunk

1. Kumulierte Darstellung 12./13. Mai 2004
  - i. 100,7
  - ii. DNR
  - iii. RTL Radio
2. Einzeldarstellung 12. Mai 2004
  - i. 100,7
  - ii. DNR
  - iii. RTL Radio
3. Einzeldarstellung 13. Mai 2004
  - i. 100,7
  - ii. DNR
  - iii. RTL Radio
4. Einzeldarstellung 15. Mai 2004
  - i. 100,7
  - ii. DNR
  - iii. RTL Radio
5. Einzeldarstellung 16. Mai 2004
  - i. 100,7
  - ii. DNR
  - iii. RTL Radio

## Teil 2: Fernsehen

1. RTL Télé Lëtzebuerg – Verteilung der Programmbausteine des Abendprogramms im Wochenverlauf



---

# 100,7

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

12./13.5.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	04:50:44	139	00:02:05	17,31%
Nachrichtenbeitrag	03:50:24	376	00:00:37	13,71%
	<b>08:41:08</b>	<b>515</b>		
	<b>31,02%</b>	<b>42,11%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:23:26	90	00:00:16	1,39%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:05:46	29	00:00:12	0,34%
Trailer - Programm	00:00:51	1	00:00:51	0,05%
Trailer - Veranstaltung	00:13:27	15	00:00:54	0,80%
	<b>00:43:30</b>	<b>135</b>		
	<b>2,59%</b>	<b>11,04%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	01:35:44	275	00:00:21	5,70%
	<b>01:35:44</b>	<b>275</b>		
	<b>5,70%</b>	<b>22,49%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	15:01:56	179	00:05:02	53,69%
Musiktrenner	00:02:33	2	00:01:17	0,15%
	<b>15:04:29</b>	<b>181</b>		
	<b>53,84%</b>	<b>14,80%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:07:21	9	00:00:49	0,44%
TV/Kino/Veranstaltung	00:17:31	29	00:00:36	1,04%
Verkehr/Straßendienst	00:06:40	13	00:00:31	0,40%
Wetterdienst	00:09:40	23	00:00:25	0,58%
	<b>00:41:12</b>	<b>74</b>		
	<b>2,45%</b>	<b>6,05%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Sonstiges - Jingles/Werbung	00:00:47	1	00:00:47	0,05%
Störung	00:01:01	8	00:00:08	0,06%
	<b>00:01:48</b>	<b>9</b>		
	<b>0,11%</b>	<b>0,74%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Kindersendung	01:01:29	5	00:12:18	3,66%
	<b>01:01:29</b>	<b>5</b>		
	<b>3,66%</b>	<b>0,41%</b>		
<b>Werbung</b>				
Sonderwerbeform	00:05:17	14	00:00:23	0,31%
Werbebeitrag	00:05:00	13	00:00:23	0,30%
Werbejingle	00:00:23	2	00:00:11	0,02%
	<b>00:10:40</b>	<b>29</b>		
	<b>0,63%</b>	<b>2,37%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>28:00:00</b>	<b>1223</b>		

---

**100,7****Auswertung des Informationsangebots**12./13.5.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

---

	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt</b>				
Meldung	02:21:13	235	00:00:36	27,10%
Bericht	02:14:09	134	00:01:00	25,74%
Statement/Meinung	01:31:20	93	00:00:59	17,53%
Interview	00:58:00	8	00:07:15	11,13%
Kommentar	00:22:02	7	00:03:09	4,23%
Feature/Reportage	00:19:33	1	00:19:33	3,75%
Studiogespräch	00:19:30	2	00:09:45	3,74%
Rezension/Kritik	00:11:44	10	00:01:10	2,25%
Telefonbericht	00:10:01	10	00:01:00	1,92%
Schlagzeilen	00:03:47	4	00:00:57	0,73%
Presseschau	00:03:13	8	00:00:24	0,62%
Telefoninterview	00:03:06	1	00:03:06	0,59%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:02:04	1	00:02:04	0,40%
Biographie/Portrait	00:01:26	1	00:01:26	0,28%

---

**Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen****Informationsbeitrag**

Bericht	01:05:08	34	00:01:55	12,50%
Statement/Meinung	00:44:17	19	00:02:20	8,50%
Interview	00:44:02	5	00:08:48	8,45%
Bericht	00:30:26	31	00:00:59	5,84%
Feature/Reportage	00:19:33	1	00:19:33	3,75%
Studiogespräch	00:19:30	2	00:09:45	3,74%
Rezension/Kritik	00:11:44	10	00:01:10	2,25%
Interview	00:09:51	2	00:04:56	1,89%
Statement/Meinung	00:09:45	17	00:00:34	1,87%
Kommentar	00:08:55	2	00:04:28	1,71%
Telefonbericht	00:08:24	9	00:00:56	1,61%
Meldung	00:07:56	2	00:03:58	1,52%
Kommentar	00:03:37	1	00:03:37	0,69%
Telefoninterview	00:03:06	1	00:03:06	0,59%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:02:04	1	00:02:04	0,40%
Biographie/Portrait	00:01:26	1	00:01:26	0,28%
Meldung	00:01:00	1	00:01:00	0,19%
	<b>04:50:44</b>	<b>139</b>		
	<b>55,79%</b>	<b>26,99%</b>		

---

**Nachrichtenbeitrag**

Meldung	01:12:46	122	00:00:36	13,96%
Meldung	00:59:31	110	00:00:32	11,42%
Statement/Meinung	00:19:52	29	00:00:41	3,81%
Bericht	00:19:25	32	00:00:36	3,73%
Bericht	00:19:10	37	00:00:31	3,68%
Statement/Meinung	00:17:26	28	00:00:37	3,35%
Kommentar	00:05:09	2	00:02:34	0,99%
Kommentar	00:04:21	2	00:02:11	0,83%
Interview	00:04:07	1	00:04:07	0,79%
Presseschau	00:03:13	8	00:00:24	0,62%
Schlagzeilen	00:02:49	3	00:00:56	0,54%
Telefonbericht	00:01:37	1	00:01:37	0,31%
Schlagzeilen	00:00:58	1	00:00:58	0,19%

---

<b>100.7 vom 12./13.5.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
	03:50:24	376		
	44,21%	73,01%		

<b>100.7 vom 12./13.5.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</b>				
Politik	01:42:22	142	00:00:43	19,64%
Wirtschaft/Arbeit	01:23:17	124	00:00:40	15,98%
Schule/Bildung	00:56:27	21	00:02:41	10,83%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:52:30	29	00:01:49	10,07%
Film	00:39:27	35	00:01:08	7,57%
Musik	00:30:06	6	00:05:01	5,78%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:28:41	41	00:00:42	5,50%
Ökologie/Umwelt	00:22:59	6	00:03:50	4,41%
Sonstiges	00:19:46	4	00:04:57	3,79%
Literatur	00:10:31	4	00:02:38	2,02%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:10:23	18	00:00:35	1,99%
Finanzen	00:07:39	14	00:00:33	1,47%
Familie/Erziehung	00:07:29	1	00:07:29	1,44%
(keine Angabe)	00:07:00	12	00:00:35	1,34%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:06:58	10	00:00:42	1,34%
Kultur	00:06:51	4	00:01:43	1,31%
Bildende Kunst/Architektur	00:06:14	4	00:01:33	1,20%
Verkehr/Auto	00:04:47	9	00:00:32	0,92%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:56	7	00:00:25	0,56%
Forst/Landwirtschaft	00:02:48	6	00:00:28	0,54%
Recht/Justiz	00:02:25	5	00:00:29	0,46%
Forst-/Landwirtschaft	00:02:18	6	00:00:23	0,44%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:02:08	1	00:02:08	0,41%
Gesellschaft/Frauen	00:02:07	1	00:02:07	0,41%
Reise/Tourismus	00:01:30	1	00:01:30	0,29%
Technik/Naturwissenschaft	00:00:52	2	00:00:26	0,17%
Soziales/Armut/Bafög/Rente	00:00:20	1	00:00:20	0,06%
Sport	00:00:17	1	00:00:17	0,05%
<b>Summe :</b>	<b>08:41:08</b>	<b>515</b>		

<b>Themenbereiche der Informationsbeiträge</b>				
Gesundheit/Körper/Medizin	00:52:11	28	00:01:52	17,95%
Schule/Bildung	00:47:59	6	00:08:00	16,50%
Wirtschaft/Arbeit	00:38:16	40	00:00:57	13,16%
Film	00:34:18	25	00:01:22	11,80%
Musik	00:26:13	3	00:08:44	9,02%
Sonstiges	00:19:46	4	00:04:57	6,80%
Ökologie/Umwelt	00:17:10	3	00:05:43	5,90%
Politik	00:13:34	14	00:00:58	4,67%
Literatur	00:10:31	4	00:02:38	3,62%
Familie/Erziehung	00:07:29	1	00:07:29	2,57%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:07:14	2	00:03:37	2,49%
Kultur	00:06:51	4	00:01:43	2,36%
Verkehr/Auto	00:02:27	1	00:02:27	0,84%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:02:08	1	00:02:08	0,73%
Gesellschaft/Frauen	00:02:07	1	00:02:07	0,73%
Reise/Tourismus	00:01:30	1	00:01:30	0,52%
Finanzen	00:01:00	1	00:01:00	0,34%
<b>Summe :</b>	<b>04:50:44</b>	<b>139</b>		

<b>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</b>				
Politik	01:28:48	128	00:00:42	38,54%
Wirtschaft/Arbeit	00:45:01	84	00:00:32	19,54%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:21:27	39	00:00:33	9,31%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:10:23	18	00:00:35	4,51%
Schule/Bildung	00:08:28	15	00:00:34	3,67%
(keine Angabe)	00:07:00	12	00:00:35	3,04%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:06:58	10	00:00:42	3,02%
Finanzen	00:06:39	13	00:00:31	2,89%
Bildende Kunst/Architektur	00:06:14	4	00:01:33	2,71%

<b>100,7 vom 12./13.5.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
Ökologie/Umwelt	00:05:49	3	00:01:56	2,52%
Film	00:05:09	10	00:00:31	2,24%
Musik	00:03:53	3	00:01:18	1,69%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:56	7	00:00:25	1,27%
Forst/Landwirtschaft	00:02:48	6	00:00:28	1,22%
Recht/Justiz	00:02:25	5	00:00:29	1,05%
Verkehr/Auto	00:02:20	8	00:00:18	1,01%
Forst-/Landwirtschaft	00:02:18	6	00:00:23	1,00%
Technik/Naturwissenschaft	00:00:52	2	00:00:26	0,38%
Soziales/Armut/Bafög/Rente	00:00:20	1	00:00:20	0,14%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:00:19	1	00:00:19	0,14%
Sport	00:00:17	1	00:00:17	0,12%
<b>Summe :</b>	<b>03:50:24</b>	<b>376</b>		

<b>100,7 vom 12./13.5.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
national	03:04:16	157	00:01:10	35,36%
national	02:18:00	147	00:00:56	26,48%
international	01:02:27	86	00:00:44	11,98%
international	01:02:13	88	00:00:42	11,94%
nicht eingrenzbar	00:26:51	4	00:06:43	5,15%
nicht eingrenzbar	00:25:27	10	00:02:33	4,88%
lokal	00:10:05	7	00:01:26	1,93%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	1,16%
regional	00:03:55	2	00:01:57	0,75%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,19%
regional	00:00:54	2	00:00:27	0,17%
<b>Summe :</b>	<b>08:41:08</b>	<b>515</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	01:49:41	50	00:02:12	37,73%
national	01:13:32	43	00:01:43	25,29%
international	00:26:45	21	00:01:16	9,20%
nicht eingrenzbar	00:26:13	3	00:08:44	9,02%
nicht eingrenzbar	00:25:01	9	00:02:47	8,60%
international	00:19:46	7	00:02:49	6,80%
lokal	00:05:51	4	00:01:28	2,01%
regional	00:03:55	2	00:01:57	1,35%
<b>Summe :</b>	<b>04:50:44</b>	<b>139</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
national	01:14:35	107	00:00:42	32,37%
national	01:04:28	104	00:00:37	27,98%
international	00:42:27	81	00:00:31	18,42%
international	00:35:42	65	00:00:33	15,49%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	2,62%
lokal	00:04:14	3	00:01:25	1,84%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,42%
regional	00:00:54	2	00:00:27	0,39%
nicht eingrenzbar	00:00:38	1	00:00:38	0,27%
nicht eingrenzbar	00:00:26	1	00:00:26	0,19%
<b>Summe :</b>	<b>03:50:24</b>	<b>376</b>		

<b>100.7 vom 12./13.5.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Luxemburg-Stadt	02:51:55	153	00:01:07	32,99%
Ausland	01:02:19	77	00:00:49	11,96%
Luxemburg-Stadt	00:57:13	91	00:00:38	10,98%
Ausland	00:51:06	76	00:00:40	9,81%
Studio	00:49:57	6	00:08:19	9,58%
Luxemburg-Land	00:38:24	58	00:00:40	7,37%
nicht ortsgebunden	00:28:56	11	00:02:38	5,55%
nicht ortsgebunden	00:28:03	3	00:09:21	5,38%
Luxemburg-Land	00:20:01	18	00:01:07	3,84%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	1,16%
sonstiger Ort	00:03:09	1	00:03:09	0,60%
Region (F)	00:02:20	8	00:00:18	0,45%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,19%
Region (B)	00:00:45	1	00:00:45	0,14%
<b>Summe :</b>	<b>08:41:08</b>	<b>515</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Stadt	01:43:07	48	00:02:09	35,47%
Studio	00:45:50	5	00:09:10	15,76%
Ausland	00:31:16	24	00:01:18	10,75%
nicht ortsgebunden	00:28:30	10	00:02:51	9,80%
nicht ortsgebunden	00:28:03	3	00:09:21	9,65%
Luxemburg-Land	00:24:46	36	00:00:41	8,52%
Ausland	00:14:47	6	00:02:28	5,08%
Luxemburg-Land	00:06:34	2	00:03:17	2,26%
Luxemburg-Stadt	00:04:42	4	00:01:11	1,62%
sonstiger Ort	00:03:09	1	00:03:09	1,08%
<b>Summe :</b>	<b>04:50:44</b>	<b>139</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Stadt	01:08:48	105	00:00:39	29,86%
Luxemburg-Stadt	00:52:31	87	00:00:36	22,79%
Ausland	00:36:19	70	00:00:31	15,76%
Ausland	00:31:03	53	00:00:35	13,48%
Luxemburg-Land	00:13:38	22	00:00:37	5,92%
Luxemburg-Land	00:13:27	16	00:00:50	5,84%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	2,62%
Studio	00:04:07	1	00:04:07	1,79%
Region (F)	00:02:20	8	00:00:18	1,01%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,42%
Region (B)	00:00:45	1	00:00:45	0,33%
nicht ortsgebunden	00:00:26	1	00:00:26	0,19%
<b>Summe :</b>	<b>03:50:24</b>	<b>376</b>		

# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

12./13.5.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:14:05	5	00:02:49	0,84%
Nachrichtenbeitrag	03:13:38	590	00:00:20	11,53%
Sonstiges - Wort/Information	00:04:54	1	00:04:54	0,29%
	<b>03:32:37</b>	<b>596</b>		
	<b>12,66%</b>	<b>31,29%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:27:22	141	00:00:12	1,63%
Trailer - Programm	00:07:56	7	00:01:08	0,47%
Trailer - Programmbestandteil	00:30:51	50	00:00:37	1,84%
Trailer - Veranstaltung	00:10:16	13	00:00:47	0,61%
	<b>01:16:25</b>	<b>211</b>		
	<b>4,55%</b>	<b>11,08%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	03:24:53	398	00:00:31	12,20%
	<b>03:24:53</b>	<b>398</b>		
	<b>12,20%</b>	<b>20,89%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	16:59:12	284	00:03:35	60,67%
	<b>16:59:12</b>	<b>284</b>		
	<b>60,67%</b>	<b>14,91%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:07:08	27	00:00:16	0,42%
Verkehr/Straßendienst	00:16:32	47	00:00:21	0,98%
Wetterdienst	00:19:03	52	00:00:22	1,13%
	<b>00:42:43</b>	<b>126</b>		
	<b>2,54%</b>	<b>6,61%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:00:17	1	00:00:17	0,02%
Sonstiges - Jingles/Werbung	00:01:08	5	00:00:14	0,07%
Störung	00:00:09	1	00:00:09	0,01%
	<b>00:01:34</b>	<b>7</b>		
	<b>0,09%</b>	<b>0,37%</b>		
<b>Werbung</b>				
Sonderwerbeform	00:01:55	4	00:00:29	0,11%
Werbebeitrag	02:00:12	274	00:00:26	7,15%
Werbejingle	00:00:29	5	00:00:06	0,03%
	<b>02:02:36</b>	<b>283</b>		
	<b>7,30%</b>	<b>14,86%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>28:00:00</b>	<b>1905</b>		



---

# DNR

## Auswertung des Informationsangebots

12./13.5.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt

Meldung	02:20:54	471	00:00:18	66,27%
Statement/Meinung	00:29:56	53	00:00:34	14,08%
Bericht	00:28:11	59	00:00:29	13,26%
Interview	00:10:41	3	00:03:34	5,02%
Atmo/Effekte/Ausschnitte	00:01:39	5	00:00:20	0,78%
Schlagzeilen	00:01:16	5	00:00:15	0,60%

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

#### Informationsbeitrag

Interview	00:10:41	3	00:03:34	5,02%
Meldung	00:02:55	1	00:02:55	1,37%
Statement/Meinung	00:00:29	1	00:00:29	0,23%
	<b>00:14:05</b>	<b>5</b>		
	<b>6,62%</b>	<b>0,84%</b>		

---

#### Nachrichtenbeitrag

Meldung	02:17:59	470	00:00:18	64,90%
Statement/Meinung	00:29:27	52	00:00:34	13,85%
Bericht	00:23:17	58	00:00:24	10,95%
Atmo/Effekte/Ausschnitte	00:01:39	5	00:00:20	0,78%
Schlagzeilen	00:01:16	5	00:00:15	0,60%
	<b>03:13:38</b>	<b>590</b>		
	<b>91,07%</b>	<b>98,99%</b>		

---

#### Sonstiges - Wort/Information

Bericht	00:04:54	1	00:04:54	2,30%
	<b>00:04:54</b>	<b>1</b>		
	<b>2,30%</b>	<b>0,17%</b>		

---

<b>DNR vom 12./13.5.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</b>				
Politik	01:28:35	191	00:00:28	41,66%
Wirtschaft/Arbeit	00:49:51	132	00:00:23	23,45%
Sport	00:16:25	86	00:00:11	7,72%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:10:07	31	00:00:20	4,76%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:10:01	36	00:00:17	4,71%
Kriminalität	00:08:39	32	00:00:16	4,07%
Schule/Bildung	00:06:00	15	00:00:24	2,82%
Recht/Justiz	00:05:55	18	00:00:20	2,78%
Finanzen	00:04:19	12	00:00:22	2,03%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:04:12	19	00:00:13	1,98%
Film	00:03:05	14	00:00:13	1,45%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:02:52	1	00:02:52	1,35%
(keine Angabe)	00:01:16	5	00:00:15	0,60%
Sonstiges	00:00:26	1	00:00:26	0,20%
Wetter	00:00:24	1	00:00:24	0,19%
Verkehr/Auto	00:00:22	1	00:00:22	0,17%
Gesellschaft/Frauen	00:00:08	1	00:00:08	0,06%
<b>Summe :</b>	<b>03:32:37</b>	<b>596</b>		

<b>Themenbereiche der Informationsbeiträge</b>				
Politik	00:11:13	4	00:02:48	79,64%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:02:52	1	00:02:52	20,36%
<b>Summe :</b>	<b>00:14:05</b>	<b>5</b>		

<b>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</b>				
Politik	01:12:28	186	00:00:23	37,42%
Wirtschaft/Arbeit	00:49:51	132	00:00:23	25,74%
Sport	00:16:25	86	00:00:11	8,48%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:10:07	31	00:00:20	5,22%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:10:01	36	00:00:17	5,17%
Kriminalität	00:08:39	32	00:00:16	4,47%
Schule/Bildung	00:06:00	15	00:00:24	3,10%
Recht/Justiz	00:05:55	18	00:00:20	3,06%
Finanzen	00:04:19	12	00:00:22	2,23%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:04:12	19	00:00:13	2,17%
Film	00:03:05	14	00:00:13	1,59%
(keine Angabe)	00:01:16	5	00:00:15	0,65%
Sonstiges	00:00:26	1	00:00:26	0,22%
Wetter	00:00:24	1	00:00:24	0,21%
Verkehr/Auto	00:00:22	1	00:00:22	0,19%
Gesellschaft/Frauen	00:00:08	1	00:00:08	0,07%
<b>Summe :</b>	<b>03:13:38</b>	<b>590</b>		

<b>DNR vom 12./13.5.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
national	01:41:30	251	00:00:24	47,74%
international	01:38:54	308	00:00:19	46,52%
regional	00:07:42	29	00:00:16	3,62%
nicht eingrenzbar	00:02:52	1	00:02:52	1,35%
(keine Angabe)	00:01:16	5	00:00:15	0,60%
lokal	00:00:23	2	00:00:11	0,18%
<b>Summe :</b>	<b>03:32:37</b>	<b>596</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	00:11:13	4	00:02:48	79,64%
nicht eingrenzbar	00:02:52	1	00:02:52	20,36%
<b>Summe :</b>	<b>00:14:05</b>	<b>5</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
international	01:38:54	308	00:00:19	51,08%
national	01:25:23	246	00:00:21	44,10%
regional	00:07:42	29	00:00:16	3,98%
(keine Angabe)	00:01:16	5	00:00:15	0,65%
lokal	00:00:23	2	00:00:11	0,20%
<b>Summe :</b>	<b>03:13:38</b>	<b>590</b>		

<b>DNR vom 12./13.5.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Ereignisort:</b>				
Luxemburg-Stadt	01:48:11	263	00:00:25	50,88%
Ausland	01:08:01	228	00:00:18	31,99%
Luxemburg-Land	00:27:42	92	00:00:18	13,03%
nicht ortsgebunden	00:05:34	2	00:02:47	2,62%
Region (B)	00:01:36	5	00:00:19	0,75%
(keine Angabe)	00:01:16	5	00:00:15	0,60%
sonstiger Ort	00:00:17	1	00:00:17	0,13%
<b>Summe :</b>	<b>03:32:37</b>	<b>596</b>		

<b>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	00:08:26	3	00:02:49	59,88%
nicht ortsgebunden	00:05:10	1	00:05:10	36,69%
Luxemburg-Land	00:00:29	1	00:00:29	3,43%
<b>Summe :</b>	<b>00:14:05</b>	<b>5</b>		

<b>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	01:39:45	260	00:00:23	51,51%
Ausland	01:08:01	228	00:00:18	35,13%
Luxemburg-Land	00:22:19	90	00:00:15	11,53%
Region (B)	00:01:36	5	00:00:19	0,83%
(keine Angabe)	00:01:16	5	00:00:15	0,65%
nicht ortsgebunden	00:00:24	1	00:00:24	0,21%
sonstiger Ort	00:00:17	1	00:00:17	0,15%
<b>Summe :</b>	<b>03:13:38</b>	<b>590</b>		

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

12./13.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	03:23:59	197	00:01:02	12,14%
Kirchliche Verkündigung	00:03:12	2	00:01:36	0,19%
Nachrichtenbeitrag	03:58:39	539	00:00:27	14,20%
Sonstiges - Wort/Information	01:04:42	23	00:02:49	3,85%
	<b>08:30:32</b>	<b>761</b>		
	<b>30,39%</b>	<b>31,24%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:27:35	283	00:00:06	1,64%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:05:47	187	00:00:02	0,34%
Trailer - Internet	00:01:18	3	00:00:26	0,08%
Trailer - Programm	00:28:08	69	00:00:24	1,67%
Trailer - Programmbestandteil	00:03:50	14	00:00:16	0,23%
Trailer - Veranstaltung	00:05:56	12	00:00:30	0,35%
	<b>01:12:33</b>	<b>568</b>		
	<b>4,32%</b>	<b>23,32%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	03:31:54	425	00:00:30	12,61%
	<b>03:31:54</b>	<b>425</b>		
	<b>12,61%</b>	<b>17,45%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	11:01:57	200	00:03:19	39,40%
	<b>11:01:57</b>	<b>200</b>		
	<b>39,40%</b>	<b>8,21%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Horoskop	00:07:42	4	00:01:56	0,46%
Sonstiges - Service/Dienste	00:04:53	11	00:00:27	0,29%
TV/Kino/Veranstaltung	00:08:13	3	00:02:44	0,49%
Verkehr/Straßendienst	00:18:45	54	00:00:21	1,12%
Wetterdienst	00:12:36	38	00:00:20	0,75%
	<b>00:52:09</b>	<b>110</b>		
	<b>3,10%</b>	<b>4,52%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Störung	00:00:04	1	00:00:04	0,00%
	<b>00:00:04</b>	<b>1</b>		
	<b>0,00%</b>	<b>0,04%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:00:49	3	00:00:16	0,05%
Kindersendung	00:02:48	1	00:02:48	0,17%
Szene/Sketch/Kabarett	00:20:00	4	00:05:00	1,19%
	<b>00:23:37</b>	<b>8</b>		
	<b>1,41%</b>	<b>0,33%</b>		
<b>Werbung</b>				
Sonderwerbeform	00:07:32	18	00:00:25	0,45%
Werbebeitrag	02:19:41	345	00:00:24	8,31%
	<b>02:27:13</b>	<b>363</b>		
	<b>8,76%</b>	<b>14,90%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>28:00:00</b>	<b>2436</b>		

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Auswertung des Informationsangebots

12./13.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt</b>				
Meldung	03:01:55	427	00:00:26	35,63%
Bericht	01:31:14	153	00:00:36	17,87%
Sonstiges	01:07:18	26	00:02:35	13,18%
Studiogespräch (live)	00:59:16	10	00:05:56	11,61%
Statement/Meinung	00:50:45	112	00:00:27	9,94%
Interview	00:33:18	11	00:03:02	6,52%
Telefoninterview	00:13:32	2	00:06:46	2,65%
Schlagzeilen	00:06:02	11	00:00:33	1,18%
Rezension/Kritik	00:04:14	6	00:00:42	0,83%
Kommentar	00:02:41	1	00:02:41	0,53%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:00:14	1	00:00:14	0,05%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:00:03	1	00:00:03	0,01%

## Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

### Informationsbeitrag

Bericht	01:04:34	99	00:00:39	12,65%
Studiogespräch (live)	00:54:45	8	00:06:51	10,72%
Statement/Meinung	00:23:36	58	00:00:24	4,62%
Interview	00:18:08	6	00:03:01	3,55%
Sonstiges	00:17:37	9	00:01:57	3,45%
Telefoninterview	00:13:32	2	00:06:46	2,65%
Rezension/Kritik	00:04:14	6	00:00:42	0,83%
Meldung	00:03:17	4	00:00:49	0,64%
Kommentar	00:02:41	1	00:02:41	0,53%
Schlagzeilen	00:01:18	2	00:00:39	0,26%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:00:14	1	00:00:14	0,05%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:00:03	1	00:00:03	0,01%
	<b>03:23:59</b>	<b>197</b>		
	<b>39,95%</b>	<b>25,89%</b>		

### Kirchliche Verkündigung

Sonstiges	00:03:12	2	00:01:36	0,63%
	<b>00:03:12</b>	<b>2</b>		
	<b>0,63%</b>	<b>0,26%</b>		

### Nachrichtenbeitrag

Meldung	02:58:38	423	00:00:25	34,99%
Bericht	00:25:58	51	00:00:31	5,09%
Statement/Meinung	00:25:49	52	00:00:30	5,06%
Schlagzeilen	00:04:44	9	00:00:32	0,93%
Interview	00:02:34	2	00:01:17	0,50%
Sonstiges	00:00:55	2	00:00:27	0,18%
	<b>03:58:39</b>	<b>539</b>		
	<b>46,74%</b>	<b>70,83%</b>		

### Sonstiges - Wort/Information

Sonstiges	00:45:34	13	00:03:30	8,93%
Interview	00:12:35	3	00:04:12	2,47%

---

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 12./13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
Studiogespräch (live)	00:04:31	2	00:02:16	0,88%
Statement/Meinung	00:01:20	2	00:00:40	0,26%
Bericht	00:00:42	3	00:00:14	0,14%
	<b>01:04:42</b>	<b>23</b>		
	<b>12,67%</b>	<b>3,02%</b>		

---

### Themenbereiche der Beiträge – gesamt

Politik	01:46:18	184	00:00:35	20,82%
Sonstiges	01:29:04	31	00:02:52	17,45%
Sport	00:50:45	110	00:00:28	9,94%
Wirtschaft/Arbeit	00:46:24	93	00:00:30	9,09%
Musik	00:45:19	35	00:01:18	8,88%
Küche/Haus/Garten	00:22:47	31	00:00:44	4,46%
Kultur	00:19:10	57	00:00:20	3,75%
Verkehr/Auto	00:18:55	26	00:00:44	3,71%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:15:46	41	00:00:23	3,09%
Recht/Justiz	00:13:26	17	00:00:47	2,63%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:12:07	28	00:00:26	2,37%
Film	00:11:41	11	00:01:04	2,29%
Kriminalität	00:10:18	25	00:00:25	2,02%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:08:44	2	00:04:22	1,71%
Freizeit	00:07:52	2	00:03:56	1,54%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:07:45	28	00:00:17	1,52%
(keine Angabe)	00:05:05	10	00:00:31	1,00%
Finanzen	00:05:02	11	00:00:27	0,98%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:03:42	1	00:03:42	0,72%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:03:25	5	00:00:41	0,67%
Medien	00:02:01	2	00:01:01	0,40%
Reise/Tourismus	00:01:52	5	00:00:22	0,36%
Forst-/Landwirtschaft	00:01:36	3	00:00:32	0,31%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:00:50	1	00:00:50	0,16%
Technik/Naturwissenschaft	00:00:24	1	00:00:24	0,08%
Gesellschaft/Frauen	00:00:15	1	00:00:15	0,05%
<b>Summe :</b>	<b>08:30:32</b>	<b>761</b>		

### Themenbereiche der Informationsbeiträge

Musik	00:44:13	34	00:01:18	21,68%
Sonstiges	00:26:17	8	00:03:17	12,88%
Küche/Haus/Garten	00:20:00	30	00:00:40	9,81%
Politik	00:19:49	4	00:04:57	9,72%
Kultur	00:18:42	56	00:00:20	9,17%
Sport	00:16:14	23	00:00:42	7,96%
Verkehr/Auto	00:15:20	15	00:01:01	7,52%
Film	00:10:35	8	00:01:19	5,19%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:08:18	1	00:08:18	4,07%
Freizeit	00:07:52	2	00:03:56	3,85%
Wirtschaft/Arbeit	00:05:12	4	00:01:18	2,55%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:03:42	1	00:03:42	1,81%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:03:17	4	00:00:49	1,61%
Recht/Justiz	00:01:46	1	00:01:46	0,87%
Reise/Tourismus	00:01:30	4	00:00:22	0,74%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:00:50	1	00:00:50	0,41%
(keine Angabe)	00:00:21	1	00:00:21	0,17%
<b>Summe :</b>	<b>03:23:59</b>	<b>197</b>		

### Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge

Politik	01:26:29	180	00:00:29	36,24%
Wirtschaft/Arbeit	00:41:12	89	00:00:28	17,26%
Sport	00:34:31	87	00:00:24	14,46%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:15:46	41	00:00:23	6,61%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:12:07	28	00:00:26	5,08%
Recht/Justiz	00:11:40	16	00:00:44	4,89%
Kriminalität	00:10:18	25	00:00:25	4,31%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:07:45	28	00:00:17	3,25%
Finanzen	00:05:02	11	00:00:27	2,11%
(keine Angabe)	00:04:44	9	00:00:32	1,98%
Verkehr/Auto	00:03:35	11	00:00:20	1,50%



<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 12./13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
Forst-/Landwirtschaft	00:01:36	3	00:00:32	0,67%
Musik	00:01:06	1	00:01:06	0,46%
Kultur	00:00:28	1	00:00:28	0,20%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:00:26	1	00:00:26	0,18%
Technik/Naturwissenschaft	00:00:24	1	00:00:24	0,17%
Reise/Tourismus	00:00:22	1	00:00:22	0,15%
Film	00:00:22	2	00:00:11	0,15%
Medien	00:00:17	1	00:00:17	0,12%
Gesellschaft/Frauen	00:00:15	1	00:00:15	0,10%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:00:08	1	00:00:08	0,06%
Sonstiges	00:00:08	1	00:00:08	0,06%
<b>Summe :</b>	<b>03:58:39</b>	<b>539</b>		

<b>RTL Radio Lëtzebuerq vom 12./13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
national	04:22:02	349	00:00:45	51,32%
international	02:09:55	277	00:00:28	25,45%
nicht eingrenzbar	01:03:28	27	00:02:21	12,43%
lokal	00:33:56	73	00:00:28	6,65%
regional	00:15:51	24	00:00:40	3,10%
(keine Angabe)	00:05:19	11	00:00:29	1,04%
<b>Summe :</b>	<b>08:30:32</b>	<b>761</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	01:36:35	71	00:01:22	47,35%
international	00:48:08	86	00:00:34	23,59%
nicht eingrenzbar	00:41:52	19	00:02:12	20,53%
regional	00:11:56	14	00:00:51	5,85%
lokal	00:04:53	5	00:00:59	2,39%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,29%
<b>Summe :</b>	<b>03:23:59</b>	<b>197</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
national	02:08:53	270	00:00:29	54,01%
international	01:20:04	190	00:00:25	33,55%
lokal	00:20:40	60	00:00:21	8,66%
(keine Angabe)	00:04:44	9	00:00:32	1,98%
regional	00:03:11	9	00:00:21	1,33%
nicht eingrenzbar	00:01:06	1	00:01:06	0,46%
<b>Summe :</b>	<b>03:58:39</b>	<b>539</b>		

---

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 12./13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
--	--------------	---------------	-------------------	--------------------

---

**Ereignisort:**

Luxemburg-Stadt	03:41:28	343	00:00:39	43,38%
Ausland	01:58:38	253	00:00:28	23,24%
Luxemburg-Land	01:20:41	117	00:00:41	15,80%
nicht ortsgebunden	00:46:12	25	00:01:51	9,05%
Studio	00:32:25	7	00:04:38	6,35%
(keine Angabe)	00:05:19	11	00:00:29	1,04%
sonstiger Ort	00:05:11	3	00:01:44	1,02%
Region (B)	00:00:39	2	00:00:19	0,13%

**Summe :** **08:30:32** **761**

---

**Ereignisort (nur Informationsbeiträge):**

Luxemburg-Stadt	01:18:28	116	00:00:41	38,46%
nicht ortsgebunden	00:39:53	20	00:02:00	19,55%
Ausland	00:36:30	47	00:00:47	17,90%
Luxemburg-Land	00:27:25	8	00:03:26	13,44%
Studio	00:19:03	3	00:06:21	9,34%
sonstiger Ort	00:02:05	1	00:02:05	1,02%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,29%

**Summe :** **03:23:59** **197**

---

**Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):**

Luxemburg-Stadt	01:40:07	211	00:00:28	41,95%
Ausland	01:22:07	206	00:00:24	34,41%
Luxemburg-Land	00:48:23	108	00:00:27	20,27%
(keine Angabe)	00:04:44	9	00:00:32	1,98%
nicht ortsgebunden	00:01:25	2	00:00:42	0,59%
sonstiger Ort	00:01:14	1	00:01:14	0,52%
Region (B)	00:00:39	2	00:00:19	0,27%

**Summe :** **03:58:39** **539**

---

---

# 100,7

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

12.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	02:35:40	60	00:02:36	18,53%
Nachrichtenbeitrag	01:59:32	192	00:00:37	14,23%
	<b>04:35:12</b>	<b>252</b>		
	<b>32,76%</b>	<b>51,64%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:07:34	30	00:00:15	0,90%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:03:16	2	00:01:38	0,39%
Trailer - Programm	00:00:51	1	00:00:51	0,10%
Trailer - Veranstaltung	00:08:04	9	00:00:54	0,96%
	<b>00:19:45</b>	<b>42</b>		
	<b>2,35%</b>	<b>8,61%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:43:19	56	00:00:46	5,16%
	<b>00:43:19</b>	<b>56</b>		
	<b>5,16%</b>	<b>11,48%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	07:49:48	87	00:05:24	55,93%
Musiktrenner	00:01:13	1	00:01:13	0,14%
	<b>07:51:01</b>	<b>88</b>		
	<b>56,07%</b>	<b>18,03%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:05:57	7	00:00:51	0,71%
TV/Kino/Veranstaltung	00:10:03	4	00:02:31	1,20%
Verkehr/Straßendienst	00:03:17	7	00:00:28	0,39%
Wetterdienst	00:04:24	10	00:00:26	0,52%
	<b>00:23:41</b>	<b>28</b>		
	<b>2,82%</b>	<b>5,74%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Sonstiges - Jingles/Werbung	00:00:47	1	00:00:47	0,09%
Störung	00:00:58	7	00:00:08	0,12%
	<b>00:01:45</b>	<b>8</b>		
	<b>0,21%</b>	<b>1,64%</b>		
<b>Werbung</b>				
Sonderwerbeform	00:05:17	14	00:00:23	0,63%
	<b>00:05:17</b>	<b>14</b>		
	<b>0,63%</b>	<b>2,87%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>14:00:00</b>	<b>488</b>		

---

100,7

Auswertung des Informationsangebots

12.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt</b>				
Bericht	01:24:18	71	00:01:11	30,63%
Meldung	01:20:42	124	00:00:39	29,32%
Statement/Meinung	01:04:09	48	00:01:20	23,31%
Feature/Reportage	00:19:33	1	00:19:33	7,10%
Kommentar	00:14:04	4	00:03:31	5,11%
Interview	00:09:51	2	00:04:56	3,58%
Telefonbericht	00:01:37	1	00:01:37	0,59%
Schlagzeilen	00:00:58	1	00:00:58	0,35%

---

**Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen**

**Informationsbeitrag**

Bericht	01:05:08	34	00:01:55	23,67%
Statement/Meinung	00:44:17	19	00:02:20	16,09%
Feature/Reportage	00:19:33	1	00:19:33	7,10%
Interview	00:09:51	2	00:04:56	3,58%
Kommentar	00:08:55	2	00:04:28	3,24%
Meldung	00:07:56	2	00:03:58	2,88%
	<b>02:35:40</b>	<b>60</b>		
	<b>56,56%</b>	<b>23,81%</b>		

---

**Nachrichtenbeitrag**

Meldung	01:12:46	122	00:00:36	26,44%
Statement/Meinung	00:19:52	29	00:00:41	7,22%
Bericht	00:19:10	37	00:00:31	6,96%
Kommentar	00:05:09	2	00:02:34	1,87%
Telefonbericht	00:01:37	1	00:01:37	0,59%
Schlagzeilen	00:00:58	1	00:00:58	0,35%
	<b>01:59:32</b>	<b>192</b>		
	<b>43,44%</b>	<b>76,19%</b>		

---

<b>100.7 vom 12.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</u></b>				
Politik	01:15:51	101	00:00:45	27,56%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:50:16	28	00:01:48	18,27%
Wirtschaft/Arbeit	00:45:09	46	00:00:59	16,41%
Musik	00:26:13	3	00:08:44	9,53%
Ökologie/Umwelt	00:17:10	3	00:05:43	6,24%
Film	00:15:20	12	00:01:17	5,57%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:07:44	14	00:00:33	2,81%
Sonstiges	00:07:43	1	00:07:43	2,80%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:07:28	16	00:00:28	2,71%
Finanzen	00:04:30	6	00:00:45	1,64%
Kultur	00:03:09	1	00:03:09	1,14%
Bildende Kunst/Architektur	00:02:53	2	00:01:26	1,05%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:35	6	00:00:26	0,94%
Forst-/Landwirtschaft	00:02:18	6	00:00:23	0,84%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:02:08	1	00:02:08	0,78%
Gesellschaft/Frauen	00:02:07	1	00:02:07	0,77%
Recht/Justiz	00:01:40	4	00:00:25	0,61%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,35%
<b>Summe :</b>	<b>04:35:12</b>	<b>252</b>		

<b><u>Themenbereiche der Informationsbeiträge</u></b>				
Gesundheit/Körper/Medizin	00:49:57	27	00:01:51	32,09%
Musik	00:26:13	3	00:08:44	16,84%
Wirtschaft/Arbeit	00:22:32	5	00:04:30	14,48%
Ökologie/Umwelt	00:17:10	3	00:05:43	11,03%
Politik	00:13:34	14	00:00:58	8,72%
Film	00:11:07	4	00:02:47	7,14%
Sonstiges	00:07:43	1	00:07:43	4,96%
Kultur	00:03:09	1	00:03:09	2,02%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:02:08	1	00:02:08	1,37%
Gesellschaft/Frauen	00:02:07	1	00:02:07	1,36%
<b>Summe :</b>	<b>02:35:40</b>	<b>60</b>		

<b><u>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</u></b>				
Politik	01:02:17	87	00:00:43	52,11%
Wirtschaft/Arbeit	00:22:37	41	00:00:33	18,92%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:07:44	14	00:00:33	6,47%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:07:28	16	00:00:28	6,25%
Finanzen	00:04:30	6	00:00:45	3,76%
Film	00:04:13	8	00:00:32	3,53%
Bildende Kunst/Architektur	00:02:53	2	00:01:26	2,41%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:35	6	00:00:26	2,16%
Forst-/Landwirtschaft	00:02:18	6	00:00:23	1,92%
Recht/Justiz	00:01:40	4	00:00:25	1,39%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,81%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:00:19	1	00:00:19	0,26%
<b>Summe :</b>	<b>01:59:32</b>	<b>192</b>		

<b>100,7 vom 12.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
national	03:04:16	157	00:01:10	66,96%
international	01:02:13	88	00:00:42	22,61%
nicht eingrenzbar	00:26:51	4	00:06:43	9,76%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,35%
regional	00:00:54	2	00:00:27	0,33%
<b>Summe :</b>	<b>04:35:12</b>	<b>252</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	01:49:41	50	00:02:12	70,46%
nicht eingrenzbar	00:26:13	3	00:08:44	16,84%
international	00:19:46	7	00:02:49	12,70%
<b>Summe :</b>	<b>02:35:40</b>	<b>60</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
national	01:14:35	107	00:00:42	62,40%
international	00:42:27	81	00:00:31	35,51%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,81%
regional	00:00:54	2	00:00:27	0,75%
nicht eingrenzbar	00:00:38	1	00:00:38	0,53%
<b>Summe :</b>	<b>01:59:32</b>	<b>192</b>		

<b>100,7 vom 12.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Ereignisort:</b>				
Luxemburg-Stadt	02:51:55	153	00:01:07	62,47%
Ausland	00:51:06	76	00:00:40	18,57%
nicht ortsgebunden	00:28:03	3	00:09:21	10,19%
Luxemburg-Land	00:20:01	18	00:01:07	7,27%
sonstiger Ort	00:03:09	1	00:03:09	1,14%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,35%
<b>Summe :</b>	<b>04:35:12</b>	<b>252</b>		

<b>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	01:43:07	48	00:02:09	66,24%
nicht ortsgebunden	00:28:03	3	00:09:21	18,02%
Ausland	00:14:47	6	00:02:28	9,50%
Luxemburg-Land	00:06:34	2	00:03:17	4,22%
sonstiger Ort	00:03:09	1	00:03:09	2,02%
<b>Summe :</b>	<b>02:35:40</b>	<b>60</b>		

<b>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	01:08:48	105	00:00:39	57,56%
Ausland	00:36:19	70	00:00:31	30,38%
Luxemburg-Land	00:13:27	16	00:00:50	11,25%
(keine Angabe)	00:00:58	1	00:00:58	0,81%
<b>Summe :</b>	<b>01:59:32</b>	<b>192</b>		



# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

12.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:10:41	3	00:03:34	1,27%
Nachrichtenbeitrag	01:33:29	277	00:00:20	11,13%
	<b>01:44:10</b>	<b>280</b>		
	<b>12,40%</b>	<b>30,84%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:11:37	62	00:00:11	1,38%
Trailer - Programm	00:04:03	4	00:01:01	0,48%
Trailer - Programmbestandteil	00:16:29	27	00:00:37	1,96%
Trailer - Veranstaltung	00:06:39	7	00:00:57	0,79%
	<b>00:38:48</b>	<b>100</b>		
	<b>4,62%</b>	<b>11,01%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	01:44:41	188	00:00:33	12,46%
	<b>01:44:41</b>	<b>188</b>		
	<b>12,46%</b>	<b>20,70%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	08:30:31	141	00:03:37	60,78%
	<b>08:30:31</b>	<b>141</b>		
	<b>60,78%</b>	<b>15,53%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:03:50	13	00:00:18	0,46%
Verkehr/Straßendienst	00:08:06	23	00:00:21	0,96%
Wetterdienst	00:10:30	26	00:00:24	1,25%
	<b>00:22:26</b>	<b>62</b>		
	<b>2,67%</b>	<b>6,83%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Sonstiges - Jingles/Werbung	00:00:08	1	00:00:08	0,02%
Störung	00:00:09	1	00:00:09	0,02%
	<b>00:00:17</b>	<b>2</b>		
	<b>0,03%</b>	<b>0,22%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:59:07	135	00:00:26	7,04%
	<b>00:59:07</b>	<b>135</b>		
	<b>7,04%</b>	<b>14,87%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>14:00:00</b>	<b>908</b>		

---

# DNR

## Auswertung des Informationsangebots

12.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt

Meldung	01:09:43	232	00:00:18	66,93%
Statement/Meinung	00:13:13	21	00:00:38	12,69%
Interview	00:10:41	3	00:03:34	10,26%
Bericht	00:09:58	22	00:00:27	9,57%
Schlagzeilen	00:00:35	2	00:00:17	0,56%

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

#### **Informationsbeitrag**

Interview	00:10:41	3	00:03:34	10,26%
	<b>00:10:41</b>	<b>3</b>		
	<b>10,26%</b>	<b>1,07%</b>		

---

#### **Nachrichtenbeitrag**

Meldung	01:09:43	232	00:00:18	66,93%
Statement/Meinung	00:13:13	21	00:00:38	12,69%
Bericht	00:09:58	22	00:00:27	9,57%
Schlagzeilen	00:00:35	2	00:00:17	0,56%
	<b>01:33:29</b>	<b>277</b>		
	<b>89,74%</b>	<b>98,93%</b>		

---

<b>DNR vom 12.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</u></b>				
Politik	00:32:56	59	00:00:33	31,62%
Wirtschaft/Arbeit	00:25:08	63	00:00:24	24,13%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:09:05	32	00:00:17	8,72%
Kriminalität	00:06:41	24	00:00:17	6,42%
Sport	00:06:29	37	00:00:11	6,22%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:06:16	19	00:00:20	6,02%
Schule/Bildung	00:05:54	14	00:00:25	5,66%
Finanzen	00:04:19	12	00:00:22	4,14%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:02:52	1	00:02:52	2,75%
Film	00:01:42	8	00:00:13	1,63%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:00:59	6	00:00:10	0,94%
Recht/Justiz	00:00:52	2	00:00:26	0,83%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,56%
Verkehr/Auto	00:00:22	1	00:00:22	0,35%
<b>Summe :</b>	<b>01:44:10</b>	<b>280</b>		

<b><u>Themenbereiche der Informationsbeiträge</u></b>				
Politik	00:07:49	2	00:03:55	73,17%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:02:52	1	00:02:52	26,83%
<b>Summe :</b>	<b>00:10:41</b>	<b>3</b>		

<b><u>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</u></b>				
Wirtschaft/Arbeit	00:25:08	63	00:00:24	26,89%
Politik	00:25:07	57	00:00:26	26,87%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:09:05	32	00:00:17	9,72%
Kriminalität	00:06:41	24	00:00:17	7,15%
Sport	00:06:29	37	00:00:11	6,94%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:06:16	19	00:00:20	6,70%
Schule/Bildung	00:05:54	14	00:00:25	6,31%
Finanzen	00:04:19	12	00:00:22	4,62%
Film	00:01:42	8	00:00:13	1,82%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:00:59	6	00:00:10	1,05%
Recht/Justiz	00:00:52	2	00:00:26	0,93%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,62%
Verkehr/Auto	00:00:22	1	00:00:22	0,39%
<b>Summe :</b>	<b>01:33:29</b>	<b>277</b>		

<b>DNR vom 12.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
international	00:52:15	157	00:00:20	50,16%
national	00:42:05	95	00:00:27	40,40%
regional	00:06:13	24	00:00:16	5,97%
nicht eingrenzbar	00:02:52	1	00:02:52	2,75%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,56%
lokal	00:00:10	1	00:00:10	0,16%
<b>Summe :</b>	<b>01:44:10</b>	<b>280</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	00:07:49	2	00:03:55	73,17%
nicht eingrenzbar	00:02:52	1	00:02:52	26,83%
<b>Summe :</b>	<b>00:10:41</b>	<b>3</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
international	00:52:15	157	00:00:20	55,89%
national	00:34:16	93	00:00:22	36,66%
regional	00:06:13	24	00:00:16	6,65%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,62%
lokal	00:00:10	1	00:00:10	0,18%
<b>Summe :</b>	<b>01:33:29</b>	<b>277</b>		

<b>DNR vom 12.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Ereignisort:</b>				
Luxemburg-Stadt	00:56:46	125	00:00:27	54,50%
Ausland	00:31:21	108	00:00:17	30,10%
Luxemburg-Land	00:10:18	44	00:00:14	9,89%
nicht ortsgebunden	00:05:10	1	00:05:10	4,96%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,56%
<b>Summe :</b>	<b>01:44:10</b>	<b>280</b>		

<b>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	00:05:31	2	00:02:45	51,64%
nicht ortsgebunden	00:05:10	1	00:05:10	48,36%
<b>Summe :</b>	<b>00:10:41</b>	<b>3</b>		

<b>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	00:51:15	123	00:00:25	54,82%
Ausland	00:31:21	108	00:00:17	33,54%
Luxemburg-Land	00:10:18	44	00:00:14	11,02%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,62%
<b>Summe :</b>	<b>01:33:29</b>	<b>277</b>		

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

12.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	01:57:13	95	00:01:14	13,95%
Kirchliche Verkündigung	00:01:20	1	00:01:20	0,16%
Nachrichtenbeitrag	02:02:07	258	00:00:28	14,54%
Sonstiges - Wort/Information	00:36:33	8	00:04:34	4,35%
	<b>04:37:13</b>	<b>362</b>		
	<b>33,00%</b>	<b>33,03%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:13:48	122	00:00:07	1,64%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:01:21	81	00:00:01	0,16%
Trailer - Internet	00:00:43	2	00:00:21	0,08%
Trailer - Programm	00:13:57	34	00:00:25	1,66%
Trailer - Veranstaltung	00:05:29	11	00:00:30	0,65%
	<b>00:35:17</b>	<b>250</b>		
	<b>4,20%</b>	<b>22,81%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	01:29:33	143	00:00:38	10,66%
	<b>01:29:33</b>	<b>143</b>		
	<b>10,66%</b>	<b>13,05%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	05:27:49	104	00:03:09	39,02%
	<b>05:27:49</b>	<b>104</b>		
	<b>39,02%</b>	<b>9,49%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Horoskop	00:03:52	2	00:01:56	0,46%
Sonstiges - Service/Dienste	00:03:27	6	00:00:34	0,41%
TV/Kino/Veranstaltung	00:02:15	1	00:02:15	0,27%
Verkehr/Straßendienst	00:09:59	28	00:00:21	1,19%
Wetterdienst	00:06:45	19	00:00:21	0,80%
	<b>00:26:18</b>	<b>56</b>		
	<b>3,13%</b>	<b>5,11%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Kindersendung	00:02:48	1	00:02:48	0,33%
Szene/Sketch/Kabarett	00:10:05	2	00:05:03	1,20%
	<b>00:12:53</b>	<b>3</b>		
	<b>1,53%</b>	<b>0,27%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	01:10:56	178	00:00:24	8,44%
	<b>01:10:56</b>	<b>178</b>		
	<b>8,44%</b>	<b>16,24%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>14:00:00</b>	<b>1096</b>		

---

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Auswertung des Informationsangebots

12.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt</b>				
Meldung	01:31:15	205	00:00:27	32,92%
Bericht	01:01:56	74	00:00:50	22,34%
Sonstiges	00:40:39	11	00:03:42	14,66%
Studiogespräch (live)	00:35:42	5	00:07:08	12,88%
Statement/Meinung	00:25:05	54	00:00:28	9,05%
Interview	00:18:44	6	00:03:07	6,75%
Schlagzeilen	00:03:49	6	00:00:38	1,38%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:00:03	1	00:00:03	0,02%

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

#### Informationsbeitrag

Bericht	00:48:42	52	00:00:56	17,56%
Studiogespräch (live)	00:35:42	5	00:07:08	12,88%
Statement/Meinung	00:13:19	31	00:00:26	4,80%
Interview	00:11:54	3	00:03:58	4,29%
Sonstiges	00:06:36	2	00:03:18	2,38%
Schlagzeilen	00:00:57	1	00:00:57	0,34%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:00:03	1	00:00:03	0,02%
	<b>01:57:13</b>	<b>95</b>		
	<b>42,28%</b>	<b>26,24%</b>		

---

#### Kirchliche Verkündigung

Sonstiges	00:01:20	1	00:01:20	0,48%
	<b>00:01:20</b>	<b>1</b>		
	<b>0,48%</b>	<b>0,28%</b>		

---

#### Nachrichtenbeitrag

Meldung	01:31:15	205	00:00:27	32,92%
Bericht	00:13:14	22	00:00:36	4,77%
Statement/Meinung	00:11:46	23	00:00:31	4,25%
Schlagzeilen	00:02:52	5	00:00:34	1,03%
Interview	00:02:34	2	00:01:17	0,93%
Sonstiges	00:00:25	1	00:00:25	0,15%
	<b>02:02:07</b>	<b>258</b>		
	<b>44,05%</b>	<b>71,27%</b>		

---

#### Sonstiges - Wort/Information

Sonstiges	00:32:18	7	00:04:37	11,65%
Interview	00:04:15	1	00:04:15	1,53%
	<b>00:36:33</b>	<b>8</b>		
	<b>13,19%</b>	<b>2,21%</b>		

---

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 12.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</b>				
Sonstiges	00:55:14	13	00:04:15	19,92%
Politik	00:49:25	84	00:00:35	17,83%
Musik	00:29:18	21	00:01:24	10,57%
Sport	00:28:43	55	00:00:31	10,36%
Wirtschaft/Arbeit	00:23:19	43	00:00:33	8,41%
Küche/Haus/Garten	00:11:38	20	00:00:35	4,20%
Kriminalität	00:09:20	22	00:00:25	3,37%
Kultur	00:09:13	15	00:00:37	3,32%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:08:44	2	00:04:22	3,15%
Recht/Justiz	00:08:11	9	00:00:55	2,95%
Freizeit	00:07:52	2	00:03:56	2,84%
Verkehr/Auto	00:07:37	18	00:00:25	2,75%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:07:26	20	00:00:22	2,68%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:06:58	17	00:00:25	2,52%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:03:42	1	00:03:42	1,33%
Film	00:03:00	3	00:01:00	1,08%
(keine Angabe)	00:02:52	5	00:00:34	1,03%
Finanzen	00:02:10	5	00:00:26	0,78%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:01:46	5	00:00:21	0,64%
Technik/Naturwissenschaft	00:00:24	1	00:00:24	0,14%
Reise/Tourismus	00:00:22	1	00:00:22	0,13%
<b>Summe :</b>	<b>04:37:13</b>	<b>362</b>		

<b>Themenbereiche der Informationsbeiträge</b>				
Musik	00:29:18	21	00:01:24	25,00%
Sonstiges	00:17:13	3	00:05:44	14,68%
Sport	00:13:34	16	00:00:51	11,57%
Küche/Haus/Garten	00:11:38	20	00:00:35	9,93%
Kultur	00:09:13	15	00:00:37	7,86%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:08:18	1	00:08:18	7,09%
Freizeit	00:07:52	2	00:03:56	6,71%
Verkehr/Auto	00:05:48	12	00:00:29	4,95%
Politik	00:05:32	2	00:02:46	4,73%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:03:42	1	00:03:42	3,15%
Film	00:02:38	1	00:02:38	2,25%
Wirtschaft/Arbeit	00:02:26	1	00:02:26	2,08%
<b>Summe :</b>	<b>01:57:13</b>	<b>95</b>		

<b>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</b>				
Politik	00:43:53	82	00:00:32	35,93%
Wirtschaft/Arbeit	00:20:53	42	00:00:30	17,10%
Sport	00:15:09	39	00:00:23	12,41%
Kriminalität	00:09:20	22	00:00:25	7,64%
Recht/Justiz	00:08:11	9	00:00:55	6,70%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:07:26	20	00:00:22	6,09%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:06:58	17	00:00:25	5,71%
(keine Angabe)	00:02:52	5	00:00:34	2,35%
Finanzen	00:02:10	5	00:00:26	1,77%
Verkehr/Auto	00:01:49	6	00:00:18	1,48%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:01:46	5	00:00:21	1,44%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:00:26	1	00:00:26	0,35%
Technik/Naturwissenschaft	00:00:24	1	00:00:24	0,32%
Reise/Tourismus	00:00:22	1	00:00:22	0,30%
Film	00:00:22	2	00:00:11	0,30%
Sonstiges	00:00:08	1	00:00:08	0,11%
<b>Summe :</b>	<b>02:02:07</b>	<b>258</b>		



RTL Radio Lëtzebuerq vom 12.05.2004	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Themenreichweite</b>				
national	02:37:17	181	00:00:52	56,74%
international	01:10:14	133	00:00:32	25,34%
nicht eingrenzbar	00:33:58	8	00:04:15	12,26%
lokal	00:08:15	20	00:00:25	2,98%
regional	00:04:36	15	00:00:18	1,66%
(keine Angabe)	00:02:52	5	00:00:34	1,03%
<b>Summe :</b>	<b>04:37:13</b>	<b>362</b>		

<b>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</b>				
national	00:55:10	49	00:01:08	47,07%
nicht eingrenzbar	00:32:38	7	00:04:40	27,84%
international	00:26:14	28	00:00:56	22,37%
regional	00:03:11	11	00:00:17	2,71%
<b>Summe :</b>	<b>01:57:13</b>	<b>95</b>		

<b>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</b>				
national	01:05:33	124	00:00:32	53,69%
international	00:44:01	105	00:00:25	36,04%
lokal	00:08:15	20	00:00:25	6,76%
(keine Angabe)	00:02:52	5	00:00:34	2,35%
regional	00:01:25	4	00:00:21	1,16%
<b>Summe :</b>	<b>02:02:07</b>	<b>258</b>		

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 12.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Ereignisort:</b>				
Luxemburg-Stadt	02:11:49	159	00:00:50	47,55%
Ausland	01:02:10	129	00:00:29	22,42%
Luxemburg-Land	00:41:56	55	00:00:46	15,13%
nicht ortsgebunden	00:36:34	11	00:03:19	13,19%
(keine Angabe)	00:02:52	5	00:00:34	1,03%
sonstiger Ort	00:01:14	1	00:01:14	0,45%
Region (B)	00:00:39	2	00:00:19	0,23%
<b>Summe :</b>	<b>04:37:13</b>	<b>362</b>		

<b>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	00:39:35	43	00:00:55	33,76%
nicht ortsgebunden	00:34:55	9	00:03:53	29,78%
Ausland	00:26:46	38	00:00:42	22,84%
Luxemburg-Land	00:15:57	5	00:03:11	13,61%
<b>Summe :</b>	<b>01:57:13</b>	<b>95</b>		

<b>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	00:55:41	108	00:00:31	45,60%
Ausland	00:35:23	91	00:00:23	28,98%
Luxemburg-Land	00:25:59	50	00:00:31	21,27%
(keine Angabe)	00:02:52	5	00:00:34	2,35%
sonstiger Ort	00:01:14	1	00:01:14	1,01%
Region (B)	00:00:39	2	00:00:19	0,53%
nicht ortsgebunden	00:00:19	1	00:00:19	0,26%
<b>Summe :</b>	<b>02:02:07</b>	<b>258</b>		

---

# 100,7

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

13.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	02:15:04	79	00:01:43	16,08%
Nachrichtenbeitrag	01:50:52	184	00:00:36	13,20%
	<b>04:05:56</b>	<b>263</b>		
	<b>29,28%</b>	<b>35,78%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:15:52	60	00:00:16	1,89%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:02:30	27	00:00:06	0,30%
Trailer - Veranstaltung	00:05:23	6	00:00:54	0,64%
	<b>00:23:45</b>	<b>93</b>		
	<b>2,83%</b>	<b>12,65%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:52:25	219	00:00:14	6,24%
	<b>00:52:25</b>	<b>219</b>		
	<b>6,24%</b>	<b>29,80%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	07:12:08	92	00:04:42	51,44%
Musiktrenner	00:01:20	1	00:01:20	0,16%
	<b>07:13:28</b>	<b>93</b>		
	<b>51,60%</b>	<b>12,65%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:01:24	2	00:00:42	0,17%
TV/Kino/Veranstaltung	00:07:28	25	00:00:18	0,89%
Verkehr/Straßendienst	00:03:23	6	00:00:34	0,40%
Wetterdienst	00:05:16	13	00:00:24	0,63%
	<b>00:17:31</b>	<b>46</b>		
	<b>2,09%</b>	<b>6,26%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Störung	00:00:03	1	00:00:03	0,01%
	<b>00:00:03</b>	<b>1</b>		
	<b>0,01%</b>	<b>0,14%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Kindersendung	01:01:29	5	00:12:18	7,32%
	<b>01:01:29</b>	<b>5</b>		
	<b>7,32%</b>	<b>0,68%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:05:00	13	00:00:23	0,60%
Werbejingle	00:00:23	2	00:00:11	0,05%
	<b>00:05:23</b>	<b>15</b>		
	<b>0,64%</b>	<b>2,04%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>14:00:00</b>	<b>735</b>		

---

**100,7****Auswertung des Informationsangebots***13.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr*

---

	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt</b>				
Meldung	01:00:31	111	00:00:33	24,61%
Bericht	00:49:51	63	00:00:47	20,27%
Interview	00:48:09	6	00:08:02	19,58%
Statement/Meinung	00:27:11	45	00:00:36	11,05%
Studiogespräch	00:19:30	2	00:09:45	7,93%
Rezension/Kritik	00:11:44	10	00:01:10	4,77%
Telefonbericht	00:08:24	9	00:00:56	3,42%
Kommentar	00:07:58	3	00:02:39	3,24%
Presseschau	00:03:13	8	00:00:24	1,31%
Telefoninterview	00:03:06	1	00:03:06	1,26%
Schlagzeilen	00:02:49	3	00:00:56	1,15%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:02:04	1	00:02:04	0,84%
Biographie/Portrait	00:01:26	1	00:01:26	0,58%

---

**Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen****Informationsbeitrag**

Interview	00:44:02	5	00:08:48	17,90%
Bericht	00:30:26	31	00:00:59	12,37%
Studiogespräch	00:19:30	2	00:09:45	7,93%
Rezension/Kritik	00:11:44	10	00:01:10	4,77%
Statement/Meinung	00:09:45	17	00:00:34	3,96%
Telefonbericht	00:08:24	9	00:00:56	3,42%
Kommentar	00:03:37	1	00:03:37	1,47%
Telefoninterview	00:03:06	1	00:03:06	1,26%
Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:02:04	1	00:02:04	0,84%
Biographie/Portrait	00:01:26	1	00:01:26	0,58%
Meldung	00:01:00	1	00:01:00	0,41%
	<b>02:15:04</b>	<b>79</b>		
	<b>54,92%</b>	<b>30,04%</b>		

---

**Nachrichtenbeitrag**

Meldung	00:59:31	110	00:00:32	24,20%
Bericht	00:19:25	32	00:00:36	7,90%
Statement/Meinung	00:17:26	28	00:00:37	7,09%
Kommentar	00:04:21	2	00:02:11	1,77%
Interview	00:04:07	1	00:04:07	1,67%
Presseschau	00:03:13	8	00:00:24	1,31%
Schlagzeilen	00:02:49	3	00:00:56	1,15%
	<b>01:50:52</b>	<b>184</b>		
	<b>45,08%</b>	<b>69,96%</b>		

---

<b>100.7 vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</u></b>				
Schule/Bildung	00:56:27	21	00:02:41	22,95%
Wirtschaft/Arbeit	00:38:08	78	00:00:29	15,51%
Politik	00:26:31	41	00:00:39	10,78%
Film	00:24:07	23	00:01:03	9,81%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:21:13	25	00:00:51	8,63%
Sonstiges	00:12:03	3	00:04:01	4,90%
Literatur	00:10:31	4	00:02:38	4,28%
Familie/Erziehung	00:07:29	1	00:07:29	3,04%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:06:58	10	00:00:42	2,83%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	2,45%
Ökologie/Umwelt	00:05:49	3	00:01:56	2,37%
Verkehr/Auto	00:04:47	9	00:00:32	1,94%
Musik	00:03:53	3	00:01:18	1,58%
Kultur	00:03:42	3	00:01:14	1,50%
Bildende Kunst/Architektur	00:03:21	2	00:01:40	1,36%
Finanzen	00:03:09	8	00:00:24	1,28%
Forst/Landwirtschaft	00:02:48	6	00:00:28	1,14%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:02:39	4	00:00:40	1,08%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:02:14	1	00:02:14	0,91%
Reise/Tourismus	00:01:30	1	00:01:30	0,61%
Technik/Naturwissenschaft	00:00:52	2	00:00:26	0,35%
Recht/Justiz	00:00:45	1	00:00:45	0,30%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:00:21	1	00:00:21	0,14%
Soziales/Armut/Bafög/Rente	00:00:20	1	00:00:20	0,14%
Sport	00:00:17	1	00:00:17	0,12%
<b>Summe :</b>	<b>04:05:56</b>	<b>263</b>		

<b><u>Themenbereiche der Informationsbeiträge</u></b>				
Schule/Bildung	00:47:59	6	00:08:00	35,53%
Film	00:23:11	21	00:01:06	17,16%
Wirtschaft/Arbeit	00:15:44	35	00:00:27	11,65%
Sonstiges	00:12:03	3	00:04:01	8,92%
Literatur	00:10:31	4	00:02:38	7,79%
Familie/Erziehung	00:07:29	1	00:07:29	5,54%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:07:14	2	00:03:37	5,36%
Kultur	00:03:42	3	00:01:14	2,74%
Verkehr/Auto	00:02:27	1	00:02:27	1,81%
Gesundheit/Körper/Medizin	00:02:14	1	00:02:14	1,65%
Reise/Tourismus	00:01:30	1	00:01:30	1,11%
Finanzen	00:01:00	1	00:01:00	0,74%
<b>Summe :</b>	<b>02:15:04</b>	<b>79</b>		

<b><u>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</u></b>				
Politik	00:26:31	41	00:00:39	23,92%
Wirtschaft/Arbeit	00:22:24	43	00:00:31	20,20%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:13:59	23	00:00:36	12,61%
Schule/Bildung	00:08:28	15	00:00:34	7,64%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:06:58	10	00:00:42	6,28%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	5,44%
Ökologie/Umwelt	00:05:49	3	00:01:56	5,25%
Musik	00:03:53	3	00:01:18	3,50%
Bildende Kunst/Architektur	00:03:21	2	00:01:40	3,02%
Forst/Landwirtschaft	00:02:48	6	00:00:28	2,53%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:02:39	4	00:00:40	2,39%
Verkehr/Auto	00:02:20	8	00:00:18	2,10%
Finanzen	00:02:09	7	00:00:18	1,94%
Film	00:00:56	2	00:00:28	0,84%
Technik/Naturwissenschaft	00:00:52	2	00:00:26	0,78%
Recht/Justiz	00:00:45	1	00:00:45	0,68%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:00:21	1	00:00:21	0,32%

---

<b>100,7 vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
Soziales/Armut/Bafög/Rente	00:00:20	1	00:00:20	0,30%
Sport	00:00:17	1	00:00:17	0,26%
<b>Summe :</b>	<b>01:50:52</b>	<b>184</b>		

---

<b>100,7 vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
national	02:18:00	147	00:00:56	56,11%
international	01:02:27	86	00:00:44	25,39%
nicht eingrenzbar	00:25:27	10	00:02:33	10,35%
lokal	00:10:05	7	00:01:26	4,10%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	2,45%
regional	00:03:55	2	00:01:57	1,59%
<b>Summe :</b>	<b>04:05:56</b>	<b>263</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	01:13:32	43	00:01:43	54,44%
international	00:26:45	21	00:01:16	19,81%
nicht eingrenzbar	00:25:01	9	00:02:47	18,52%
lokal	00:05:51	4	00:01:28	4,33%
regional	00:03:55	2	00:01:57	2,90%
<b>Summe :</b>	<b>02:15:04</b>	<b>79</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
national	01:04:28	104	00:00:37	58,15%
international	00:35:42	65	00:00:33	32,20%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	5,44%
lokal	00:04:14	3	00:01:25	3,82%
nicht eingrenzbar	00:00:26	1	00:00:26	0,39%
<b>Summe :</b>	<b>01:50:52</b>	<b>184</b>		

<b>100,7 vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Ausland	01:02:19	77	00:00:49	25,34%
Luxemburg-Stadt	00:57:13	91	00:00:38	23,27%
Studio	00:49:57	6	00:08:19	20,31%
Luxemburg-Land	00:38:24	58	00:00:40	15,61%
nicht ortsgebunden	00:28:56	11	00:02:38	11,76%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	2,45%
Region (F)	00:02:20	8	00:00:18	0,95%
Region (B)	00:00:45	1	00:00:45	0,30%
<b>Summe :</b>	<b>04:05:56</b>	<b>263</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Studio	00:45:50	5	00:09:10	33,93%
Ausland	00:31:16	24	00:01:18	23,15%
nicht ortsgebunden	00:28:30	10	00:02:51	21,10%
Luxemburg-Land	00:24:46	36	00:00:41	18,34%
Luxemburg-Stadt	00:04:42	4	00:01:11	3,48%
<b>Summe :</b>	<b>02:15:04</b>	<b>79</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Stadt	00:52:31	87	00:00:36	47,37%
Ausland	00:31:03	53	00:00:35	28,01%
Luxemburg-Land	00:13:38	22	00:00:37	12,30%
(keine Angabe)	00:06:02	11	00:00:33	5,44%
Studio	00:04:07	1	00:04:07	3,71%
Region (F)	00:02:20	8	00:00:18	2,10%
Region (B)	00:00:45	1	00:00:45	0,68%
nicht ortsgebunden	00:00:26	1	00:00:26	0,39%
<b>Summe :</b>	<b>01:50:52</b>	<b>184</b>		



# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

13.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:03:24	2	00:01:42	0,40%
Nachrichtenbeitrag	01:40:09	313	00:00:19	11,92%
Sonstiges - Wort/Information	00:04:54	1	00:04:54	0,58%
	<b>01:48:27</b>	<b>316</b>		
	<b>12,91%</b>	<b>31,70%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:15:45	79	00:00:12	1,87%
Trailer - Programm	00:03:53	3	00:01:18	0,46%
Trailer - Programmbestandteil	00:14:22	23	00:00:37	1,71%
Trailer - Veranstaltung	00:03:37	6	00:00:36	0,43%
	<b>00:37:37</b>	<b>111</b>		
	<b>4,48%</b>	<b>11,13%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	01:40:12	210	00:00:29	11,93%
	<b>01:40:12</b>	<b>210</b>		
	<b>11,93%</b>	<b>21,06%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	08:28:41	143	00:03:33	60,56%
	<b>08:28:41</b>	<b>143</b>		
	<b>60,56%</b>	<b>14,34%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:03:18	14	00:00:14	0,39%
Verkehr/Straßendienst	00:08:26	24	00:00:21	1,00%
Wetterdienst	00:08:33	26	00:00:20	1,02%
	<b>00:20:17</b>	<b>64</b>		
	<b>2,41%</b>	<b>6,42%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Bandstörung	00:00:17	1	00:00:17	0,03%
Sonstiges - Jingles/Werbung	00:01:00	4	00:00:15	0,12%
	<b>00:01:17</b>	<b>5</b>		
	<b>0,15%</b>	<b>0,50%</b>		
<b>Werbung</b>				
Sonderwerbform	00:01:55	4	00:00:29	0,23%
Werbebeitrag	01:01:05	139	00:00:26	7,27%
Werbejingle	00:00:29	5	00:00:06	0,06%
	<b>01:03:29</b>	<b>148</b>		
	<b>7,56%</b>	<b>14,84%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>14:00:00</b>	<b>997</b>		

---

# DNR

## Auswertung des Informationsangebots

13.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt

Meldung	01:11:11	239	00:00:18	65,64%
Bericht	00:18:13	37	00:00:30	16,80%
Statement/Meinung	00:16:43	32	00:00:31	15,41%
Atmo/Effekte/Ausschnitte	00:01:39	5	00:00:20	1,52%
Schlagzeilen	00:00:41	3	00:00:14	0,63%

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

#### Informationsbeitrag

Meldung	00:02:55	1	00:02:55	2,69%
Statement/Meinung	00:00:29	1	00:00:29	0,45%
	<b>00:03:24</b>	<b>2</b>		
	<b>3,14%</b>	<b>0,63%</b>		

---

#### Nachrichtenbeitrag

Meldung	01:08:16	238	00:00:17	62,95%
Statement/Meinung	00:16:14	31	00:00:31	14,97%
Bericht	00:13:19	36	00:00:22	12,28%
Atmo/Effekte/Ausschnitte	00:01:39	5	00:00:20	1,52%
Schlagzeilen	00:00:41	3	00:00:14	0,63%
	<b>01:40:09</b>	<b>313</b>		
	<b>92,35%</b>	<b>99,05%</b>		

---

#### Sonstiges - Wort/Information

Bericht	00:04:54	1	00:04:54	4,52%
	<b>00:04:54</b>	<b>1</b>		
	<b>4,52%</b>	<b>0,32%</b>		

---

<b>DNR vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</u></b>				
Politik	00:55:39	132	00:00:25	51,31%
Wirtschaft/Arbeit	00:24:43	69	00:00:21	22,79%
Sport	00:09:56	49	00:00:12	9,16%
Recht/Justiz	00:05:03	16	00:00:19	4,66%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:03:51	12	00:00:19	3,55%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:03:13	13	00:00:15	2,97%
Kriminalität	00:01:58	8	00:00:15	1,81%
Film	00:01:23	6	00:00:14	1,28%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:00:56	4	00:00:14	0,86%
(keine Angabe)	00:00:41	3	00:00:14	0,63%
Sonstiges	00:00:26	1	00:00:26	0,40%
Wetter	00:00:24	1	00:00:24	0,37%
Gesellschaft/Frauen	00:00:08	1	00:00:08	0,12%
Schule/Bildung	00:00:06	1	00:00:06	0,09%
<b>Summe :</b>	<b>01:48:27</b>	<b>316</b>		

<b><u>Themenbereiche der Informationsbeiträge</u></b>				
Politik	00:03:24	2	00:01:42	100,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:03:24</b>	<b>2</b>		

<b><u>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</u></b>				
Politik	00:47:21	129	00:00:22	47,28%
Wirtschaft/Arbeit	00:24:43	69	00:00:21	24,68%
Sport	00:09:56	49	00:00:12	9,92%
Recht/Justiz	00:05:03	16	00:00:19	5,04%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:03:51	12	00:00:19	3,84%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:03:13	13	00:00:15	3,21%
Kriminalität	00:01:58	8	00:00:15	1,96%
Film	00:01:23	6	00:00:14	1,38%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:00:56	4	00:00:14	0,93%
(keine Angabe)	00:00:41	3	00:00:14	0,68%
Sonstiges	00:00:26	1	00:00:26	0,43%
Wetter	00:00:24	1	00:00:24	0,40%
Gesellschaft/Frauen	00:00:08	1	00:00:08	0,13%
Schule/Bildung	00:00:06	1	00:00:06	0,10%
<b>Summe :</b>	<b>01:40:09</b>	<b>313</b>		

<b>DNR vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
national	00:59:25	156	00:00:23	54,79%
international	00:46:39	151	00:00:19	43,02%
regional	00:01:29	5	00:00:18	1,37%
(keine Angabe)	00:00:41	3	00:00:14	0,63%
lokal	00:00:13	1	00:00:13	0,20%
<b>Summe :</b>	<b>01:48:27</b>	<b>316</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	00:03:24	2	00:01:42	100,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:03:24</b>	<b>2</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
national	00:51:07	153	00:00:20	51,04%
international	00:46:39	151	00:00:19	46,58%
regional	00:01:29	5	00:00:18	1,48%
(keine Angabe)	00:00:41	3	00:00:14	0,68%
lokal	00:00:13	1	00:00:13	0,22%
<b>Summe :</b>	<b>01:40:09</b>	<b>313</b>		

<b>DNR vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Luxemburg-Stadt	00:51:25	138	00:00:22	47,41%
Ausland	00:36:40	120	00:00:18	33,81%
Luxemburg-Land	00:17:24	48	00:00:22	16,04%
Region (B)	00:01:36	5	00:00:19	1,48%
(keine Angabe)	00:00:41	3	00:00:14	0,63%
nicht ortsgebunden	00:00:24	1	00:00:24	0,37%
sonstiger Ort	00:00:17	1	00:00:17	0,26%
<b>Summe :</b>	<b>01:48:27</b>	<b>316</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Stadt	00:02:55	1	00:02:55	85,78%
Luxemburg-Land	00:00:29	1	00:00:29	14,22%
<b>Summe :</b>	<b>00:03:24</b>	<b>2</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Stadt	00:48:30	137	00:00:21	48,43%
Ausland	00:36:40	120	00:00:18	36,61%
Luxemburg-Land	00:12:01	46	00:00:16	12,00%
Region (B)	00:01:36	5	00:00:19	1,60%
(keine Angabe)	00:00:41	3	00:00:14	0,68%
nicht ortsgebunden	00:00:24	1	00:00:24	0,40%
sonstiger Ort	00:00:17	1	00:00:17	0,28%
<b>Summe :</b>	<b>01:40:09</b>	<b>313</b>		

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

13.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	01:26:46	102	00:00:51	10,33%
Kirchliche Verkündigung	00:01:52	1	00:01:52	0,22%
Nachrichtenbeitrag	01:56:32	281	00:00:25	13,87%
Sonstiges - Wort/Information	00:28:09	15	00:01:53	3,35%
	<b>03:53:19</b>	<b>399</b>		
	<b>27,78%</b>	<b>29,78%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:13:47	161	00:00:05	1,64%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:04:26	106	00:00:03	0,53%
Trailer - Internet	00:00:35	1	00:00:35	0,07%
Trailer - Programm	00:14:11	35	00:00:24	1,69%
Trailer - Programmbestandteil	00:03:50	14	00:00:16	0,46%
Trailer - Veranstaltung	00:00:27	1	00:00:27	0,05%
	<b>00:37:16</b>	<b>318</b>		
	<b>4,44%</b>	<b>23,73%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	02:02:21	282	00:00:26	14,57%
	<b>02:02:21</b>	<b>282</b>		
	<b>14,57%</b>	<b>21,04%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	05:34:08	96	00:03:29	39,78%
	<b>05:34:08</b>	<b>96</b>		
	<b>39,78%</b>	<b>7,16%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Horoskop	00:03:50	2	00:01:55	0,46%
Sonstiges - Service/Dienste	00:01:26	5	00:00:17	0,17%
TV/Kino/Veranstaltung	00:05:58	2	00:02:59	0,71%
Verkehr/Straßendienst	00:08:46	26	00:00:20	1,04%
Wetterdienst	00:05:51	19	00:00:18	0,70%
	<b>00:25:51</b>	<b>54</b>		
	<b>3,08%</b>	<b>4,03%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Störung	00:00:04	1	00:00:04	0,01%
	<b>00:00:04</b>	<b>1</b>		
	<b>0,01%</b>	<b>0,07%</b>		
<b>Unterhaltung</b>				
Einspielungen/Soundeffekte	00:00:49	3	00:00:16	0,10%
Szene/Sketch/Kabarett	00:09:55	2	00:04:57	1,18%
	<b>00:10:44</b>	<b>5</b>		
	<b>1,28%</b>	<b>0,37%</b>		
<b>Werbung</b>				
Sonderwerbform	00:07:32	18	00:00:25	0,90%
Werbebeitrag	01:08:45	167	00:00:25	8,18%
	<b>01:16:17</b>	<b>185</b>		
	<b>9,08%</b>	<b>13,81%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>14:00:00</b>	<b>1340</b>		

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Auswertung des Informationsangebots

13.05.2004, 06.00 bis 20.00 Uhr

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt</b>				
Meldung	01:30:40	222	00:00:25	38,86%
Bericht	00:29:18	79	00:00:22	12,56%
Sonstiges	00:26:39	15	00:01:47	11,42%
Statement/Meinung	00:25:40	58	00:00:27	11,00%
Studiogespräch (live)	00:23:34	5	00:04:43	10,10%
Interview	00:14:34	5	00:02:55	6,24%
Telefoninterview	00:13:32	2	00:06:46	5,80%
Rezension/Kritik	00:04:14	6	00:00:42	1,81%
Kommentar	00:02:41	1	00:02:41	1,15%
Schlagzeilen	00:02:13	5	00:00:27	0,95%
Musik-/Film/-Archiv-O-Ton	00:00:14	1	00:00:14	0,10%

## Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

### Informationsbeitrag

Studiogespräch (live)	00:19:03	3	00:06:21	8,16%
Bericht	00:15:52	47	00:00:20	6,80%
Telefoninterview	00:13:32	2	00:06:46	5,80%
Sonstiges	00:11:01	7	00:01:34	4,72%
Statement/Meinung	00:10:17	27	00:00:23	4,41%
Interview	00:06:14	3	00:02:05	2,67%
Rezension/Kritik	00:04:14	6	00:00:42	1,81%
Meldung	00:03:17	4	00:00:49	1,41%
Kommentar	00:02:41	1	00:02:41	1,15%
Schlagzeilen	00:00:21	1	00:00:21	0,15%
Musik-/Film/-Archiv-O-Ton	00:00:14	1	00:00:14	0,10%
	<b>01:26:46</b>	<b>102</b>		
	<b>37,19%</b>	<b>25,56%</b>		

### Kirchliche Verkündigung

Sonstiges	00:01:52	1	00:01:52	0,80%
	<b>00:01:52</b>	<b>1</b>		
	<b>0,80%</b>	<b>0,25%</b>		

### Nachrichtenbeitrag

Meldung	01:27:23	218	00:00:24	37,45%
Statement/Meinung	00:14:03	29	00:00:29	6,02%
Bericht	00:12:44	29	00:00:26	5,46%
Schlagzeilen	00:01:52	4	00:00:28	0,80%
Sonstiges	00:00:30	1	00:00:30	0,21%
	<b>01:56:32</b>	<b>281</b>		
	<b>49,95%</b>	<b>70,43%</b>		

### Sonstiges - Wort/Information

Sonstiges	00:13:16	6	00:02:13	5,69%
Interview	00:08:20	2	00:04:10	3,57%
Studiogespräch (live)	00:04:31	2	00:02:16	1,94%
Statement/Meinung	00:01:20	2	00:00:40	0,57%
Bericht	00:00:42	3	00:00:14	0,30%

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
	00:28:09	15		
	12,07%	3,76%		



<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</b>				
Politik	00:56:53	100	00:00:34	24,38%
Sonstiges	00:33:50	18	00:01:53	14,50%
Wirtschaft/Arbeit	00:23:05	50	00:00:28	9,89%
Sport	00:22:02	55	00:00:24	9,44%
Musik	00:16:01	14	00:01:09	6,86%
Verkehr/Auto	00:11:18	8	00:01:25	4,84%
Küche/Haus/Garten	00:11:09	11	00:01:01	4,78%
Kultur	00:09:57	42	00:00:14	4,26%
Film	00:08:41	8	00:01:05	3,72%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:08:20	21	00:00:24	3,57%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:05:59	23	00:00:16	2,56%
Recht/Justiz	00:05:15	8	00:00:39	2,25%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:05:09	11	00:00:28	2,21%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:03:25	5	00:00:41	1,46%
Finanzen	00:02:52	6	00:00:29	1,23%
(keine Angabe)	00:02:13	5	00:00:27	0,95%
Medien	00:02:01	2	00:01:01	0,86%
Forst-/Landwirtschaft	00:01:36	3	00:00:32	0,69%
Reise/Tourismus	00:01:30	4	00:00:22	0,64%
Kriminalität	00:00:58	3	00:00:19	0,41%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:00:50	1	00:00:50	0,36%
Gesellschaft/Frauen	00:00:15	1	00:00:15	0,11%
<b>Summe :</b>	<b>03:53:19</b>	<b>399</b>		

#### **Themenbereiche der Informationsbeiträge**

Musik	00:14:55	13	00:01:09	17,19%
Politik	00:14:17	2	00:07:08	16,46%
Verkehr/Auto	00:09:32	3	00:03:11	10,99%
Kultur	00:09:29	41	00:00:14	10,93%
Sonstiges	00:09:04	5	00:01:49	10,45%
Küche/Haus/Garten	00:08:22	10	00:00:50	9,64%
Film	00:07:57	7	00:01:08	9,16%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:03:17	4	00:00:49	3,78%
Wirtschaft/Arbeit	00:02:46	3	00:00:55	3,19%
Sport	00:02:40	7	00:00:23	3,07%
Recht/Justiz	00:01:46	1	00:01:46	2,04%
Reise/Tourismus	00:01:30	4	00:00:22	1,73%
Geschichte/Geistesgeschichte	00:00:50	1	00:00:50	0,96%
(keine Angabe)	00:00:21	1	00:00:21	0,40%
<b>Summe :</b>	<b>01:26:46</b>	<b>102</b>		

#### **Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge**

Politik	00:42:36	98	00:00:26	36,56%
Wirtschaft/Arbeit	00:20:19	47	00:00:26	17,43%
Sport	00:19:22	48	00:00:24	16,62%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:08:20	21	00:00:24	7,15%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:05:59	23	00:00:16	5,13%
Anschlag/Attentat/Terrorismus	00:05:09	11	00:00:28	4,42%
Recht/Justiz	00:03:29	7	00:00:30	2,99%
Finanzen	00:02:52	6	00:00:29	2,46%
(keine Angabe)	00:01:52	4	00:00:28	1,60%
Verkehr/Auto	00:01:46	5	00:00:21	1,52%
Forst-/Landwirtschaft	00:01:36	3	00:00:32	1,37%
Musik	00:01:06	1	00:01:06	0,94%
Kriminalität	00:00:58	3	00:00:19	0,83%
Kultur	00:00:28	1	00:00:28	0,40%
Medien	00:00:17	1	00:00:17	0,24%
Gesellschaft/Frauen	00:00:15	1	00:00:15	0,21%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:00:08	1	00:00:08	0,11%

---

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Summe :</b>	<b>01:56:32</b>	<b>281</b>		

---

<b>RTL Radio Lëtzebuerq vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
national	01:44:45	168	00:00:37	44,90%
international	00:59:41	144	00:00:25	25,58%
nicht eingrenzbar	00:29:30	19	00:01:33	12,64%
lokal	00:25:41	53	00:00:29	11,01%
regional	00:11:15	9	00:01:15	4,82%
(keine Angabe)	00:02:27	6	00:00:24	1,05%
<b>Summe :</b>	<b>03:53:19</b>	<b>399</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	00:41:25	22	00:01:53	47,73%
international	00:21:54	58	00:00:23	25,24%
nicht eingrenzbar	00:09:14	12	00:00:46	10,64%
regional	00:08:45	3	00:02:55	10,08%
lokal	00:04:53	5	00:00:59	5,63%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,67%
<b>Summe :</b>	<b>01:26:46</b>	<b>102</b>		

<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
national	01:03:20	146	00:00:26	54,35%
international	00:36:03	85	00:00:25	30,94%
lokal	00:12:25	40	00:00:19	10,66%
(keine Angabe)	00:01:52	4	00:00:28	1,60%
regional	00:01:46	5	00:00:21	1,52%
nicht eingrenzbar	00:01:06	1	00:01:06	0,94%
<b>Summe :</b>	<b>01:56:32</b>	<b>281</b>		

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 13.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Ereignisort:</b>				
Luxemburg-Stadt	01:29:39	184	00:00:29	38,42%
Ausland	00:56:28	124	00:00:27	24,20%
Luxemburg-Land	00:38:45	62	00:00:38	16,61%
Studio	00:32:25	7	00:04:38	13,89%
nicht ortsgebunden	00:09:38	14	00:00:41	4,13%
sonstiger Ort	00:03:57	2	00:01:59	1,69%
(keine Angabe)	00:02:27	6	00:00:24	1,05%
<b>Summe :</b>	<b>03:53:19</b>	<b>399</b>		

<b>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	00:38:53	73	00:00:32	44,81%
Studio	00:19:03	3	00:06:21	21,96%
Luxemburg-Land	00:11:28	3	00:03:49	13,22%
Ausland	00:09:44	9	00:01:05	11,22%
nicht ortsgebunden	00:04:58	11	00:00:27	5,72%
sonstiger Ort	00:02:05	1	00:02:05	2,40%
(keine Angabe)	00:00:35	2	00:00:17	0,67%
<b>Summe :</b>	<b>01:26:46</b>	<b>102</b>		

<b>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</b>				
Ausland	00:46:44	115	00:00:24	40,10%
Luxemburg-Stadt	00:44:26	103	00:00:26	38,13%
Luxemburg-Land	00:22:24	58	00:00:23	19,22%
(keine Angabe)	00:01:52	4	00:00:28	1,60%
nicht ortsgebunden	00:01:06	1	00:01:06	0,94%
<b>Summe :</b>	<b>01:56:32</b>	<b>281</b>		

---

# 100,7

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

15.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

---

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	01:06:01	10	00:06:36	55,01%
Nachrichtenbeitrag	00:02:50	5	00:00:34	2,36%
	<b>01:08:51</b>	<b>15</b>		
	<b>57,38%</b>	<b>14,56%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Jinglebett	00:00:03	1	00:00:03	0,04%
Kennungsjingle	00:01:10	6	00:00:12	0,97%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:02	2	00:00:01	0,03%
Trailer - Veranstaltung	00:01:42	2	00:00:51	1,42%
	<b>00:02:57</b>	<b>11</b>		
	<b>2,46%</b>	<b>10,68%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:06:38	46	00:00:09	5,53%
	<b>00:06:38</b>	<b>46</b>		
	<b>5,53%</b>	<b>44,66%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	00:38:13	11	00:03:28	31,85%
	<b>00:38:13</b>	<b>11</b>		
	<b>31,85%</b>	<b>10,68%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
TV/Kino/Veranstaltung	00:02:45	18	00:00:09	2,29%
Verkehr/Straßendienst	00:00:30	1	00:00:30	0,42%
Wetterdienst	00:00:06	1	00:00:06	0,08%
	<b>00:03:21</b>	<b>20</b>		
	<b>2,79%</b>	<b>19,42%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>103</b>		

---

---

100,7

Auswertung des Informationsangebots

15.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

**Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt**

Interview	00:54:40	8	00:06:50	79,40%
Telefoninterview	00:07:24	1	00:07:24	10,75%
Bericht	00:03:57	1	00:03:57	5,74%
Meldung	00:01:51	4	00:00:28	2,69%
Telefonbericht	00:00:59	1	00:00:59	1,43%

---

**Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen**

**Informationsbeitrag**

Interview	00:54:40	8	00:06:50	79,40%
Telefoninterview	00:07:24	1	00:07:24	10,75%
Bericht	00:03:57	1	00:03:57	5,74%
	<b>01:06:01</b>	<b>10</b>		
	<b>95,88%</b>	<b>66,67%</b>		

---

**Nachrichtenbeitrag**

Meldung	00:01:51	4	00:00:28	2,69%
Telefonbericht	00:00:59	1	00:00:59	1,43%
	<b>00:02:50</b>	<b>5</b>		
	<b>4,12%</b>	<b>33,33%</b>		

---

<b>100,7 vom 15.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</u></b>				
Politik	00:47:41	7	00:06:49	69,26%
Sonstiges	00:07:24	1	00:07:24	10,75%
Soziales/Armut/Bafög/Rente	00:06:33	2	00:03:17	9,51%
Reise/Tourismus	00:03:57	1	00:03:57	5,74%
Musik	00:01:46	2	00:00:53	2,57%
Wirtschaft/Arbeit	00:01:30	2	00:00:45	2,18%
<b>Summe :</b>	<b>01:08:51</b>	<b>15</b>		
<b><u>Themenbereiche der Informationsbeiträge</u></b>				
Politik	00:47:07	6	00:07:51	71,37%
Sonstiges	00:07:24	1	00:07:24	11,21%
Soziales/Armut/Bafög/Rente	00:06:04	1	00:06:04	9,19%
Reise/Tourismus	00:03:57	1	00:03:57	5,98%
Musik	00:01:29	1	00:01:29	2,25%
<b>Summe :</b>	<b>01:06:01</b>	<b>10</b>		
<b><u>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</u></b>				
Wirtschaft/Arbeit	00:01:30	2	00:00:45	52,94%
Politik	00:00:34	1	00:00:34	20,00%
Soziales/Armut/Bafög/Rente	00:00:29	1	00:00:29	17,06%
Musik	00:00:17	1	00:00:17	10,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:02:50</b>	<b>5</b>		

<b>100,7 vom 15.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
national	00:57:13	12	00:04:46	83,10%
regional	00:07:24	1	00:07:24	10,75%
lokal	00:03:57	1	00:03:57	5,74%
international	00:00:17	1	00:00:17	0,41%
<b>Summe :</b>	<b>01:08:51</b>	<b>15</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	00:54:40	8	00:06:50	82,81%
regional	00:07:24	1	00:07:24	11,21%
lokal	00:03:57	1	00:03:57	5,98%
<b>Summe :</b>	<b>01:06:01</b>	<b>10</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
national	00:02:33	4	00:00:38	90,00%
international	00:00:17	1	00:00:17	10,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:02:50</b>	<b>5</b>		



<b>100,7 vom 15.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Luxemburg-Land	01:05:59	12	00:05:30	95,84%
Luxemburg-Stadt	00:02:35	2	00:01:17	3,75%
Ausland	00:00:17	1	00:00:17	0,41%
<b>Summe :</b>	<b>01:08:51</b>	<b>15</b>		
<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Land	01:04:00	9	00:07:07	96,95%
Luxemburg-Stadt	00:02:01	1	00:02:01	3,05%
<b>Summe :</b>	<b>01:06:01</b>	<b>10</b>		
<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Land	00:01:59	3	00:00:40	70,00%
Luxemburg-Stadt	00:00:34	1	00:00:34	20,00%
Ausland	00:00:17	1	00:00:17	10,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:02:50</b>	<b>5</b>		

# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

15.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:00:40	1	00:00:40	0,56%
Nachrichtenbeitrag	00:18:57	50	00:00:23	15,79%
	<b>00:19:37</b>	<b>51</b>		
	<b>16,35%</b>	<b>37,78%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:00:44	6	00:00:07	0,61%
Trailer - Programm	00:00:19	2	00:00:10	0,26%
Trailer - Veranstaltung	00:00:36	1	00:00:36	0,50%
	<b>00:01:39</b>	<b>9</b>		
	<b>1,38%</b>	<b>6,67%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:17:52	36	00:00:30	14,89%
	<b>00:17:52</b>	<b>36</b>		
	<b>14,89%</b>	<b>26,67%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	01:13:35	22	00:03:21	61,32%
	<b>01:13:35</b>	<b>22</b>		
	<b>61,32%</b>	<b>16,30%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:00:14	1	00:00:14	0,19%
Wetterdienst	00:01:20	3	00:00:27	1,11%
	<b>00:01:34</b>	<b>4</b>		
	<b>1,31%</b>	<b>2,96%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:05:43	13	00:00:26	4,76%
	<b>00:05:43</b>	<b>13</b>		
	<b>4,76%</b>	<b>9,63%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>135</b>		

---

# DNR

## Auswertung des Informationsangebots

15.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt

Meldung	00:18:11	46	00:00:24	92,69%
Sonstiges	00:00:32	2	00:00:16	2,72%
Statement/Meinung	00:00:30	1	00:00:30	2,55%
Schlagzeilen	00:00:24	2	00:00:12	2,04%

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

#### **Informationsbeitrag**

Meldung	00:00:40	1	00:00:40	3,40%
	<b>00:00:40</b>	<b>1</b>		
	<b>3,40%</b>	<b>1,96%</b>		

---

#### **Nachrichtenbeitrag**

Meldung	00:17:31	45	00:00:23	89,29%
Sonstiges	00:00:32	2	00:00:16	2,72%
Statement/Meinung	00:00:30	1	00:00:30	2,55%
Schlagzeilen	00:00:24	2	00:00:12	2,04%
	<b>00:18:57</b>	<b>50</b>		
	<b>96,60%</b>	<b>98,04%</b>		

---

<b>DNR vom 15.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</b>				
Politik	00:05:28	14	00:00:23	27,87%
Wirtschaft/Arbeit	00:04:48	8	00:00:36	24,47%
Kriminalität	00:02:43	7	00:00:23	13,85%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:18	6	00:00:23	11,72%
Sport	00:01:55	8	00:00:14	9,77%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:01:39	4	00:00:25	8,41%
(keine Angabe)	00:00:24	2	00:00:12	2,04%
Recht/Justiz	00:00:22	2	00:00:11	1,87%
<b>Summe :</b>	<b>00:19:37</b>	<b>51</b>		

<b>Themenbereiche der Informationsbeiträge</b>				
Kriminalität	00:00:40	1	00:00:40	100,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:00:40</b>	<b>1</b>		

<b>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</b>				
Politik	00:05:28	14	00:00:23	28,85%
Wirtschaft/Arbeit	00:04:48	8	00:00:36	25,33%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:18	6	00:00:23	12,14%
Kriminalität	00:02:03	6	00:00:20	10,82%
Sport	00:01:55	8	00:00:14	10,11%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:01:39	4	00:00:25	8,71%
(keine Angabe)	00:00:24	2	00:00:12	2,11%
Recht/Justiz	00:00:22	2	00:00:11	1,93%
<b>Summe :</b>	<b>00:18:57</b>	<b>50</b>		

<b>DNR vom 15.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
international	00:08:18	23	00:00:22	42,31%
national	00:07:53	16	00:00:30	40,19%
lokal	00:02:12	8	00:00:16	11,21%
regional	00:00:50	2	00:00:25	4,25%
(keine Angabe)	00:00:24	2	00:00:12	2,04%
<b>Summe :</b>	<b>00:19:37</b>	<b>51</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
national	00:00:40	1	00:00:40	100,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:00:40</b>	<b>1</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
international	00:08:18	23	00:00:22	43,80%
national	00:07:13	15	00:00:29	38,08%
lokal	00:02:12	8	00:00:16	11,61%
regional	00:00:50	2	00:00:25	4,40%
(keine Angabe)	00:00:24	2	00:00:12	2,11%
<b>Summe :</b>	<b>00:18:57</b>	<b>50</b>		

<b>DNR vom 15.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Ausland	00:09:14	30	00:00:18	47,07%
Luxemburg-Land	00:05:42	11	00:00:31	29,06%
Luxemburg-Stadt	00:03:54	7	00:00:33	19,88%
(keine Angabe)	00:00:24	2	00:00:12	2,04%
Region (B)	00:00:23	1	00:00:23	1,95%
<b>Summe :</b>	<b>00:19:37</b>	<b>51</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Ausland	00:00:40	1	00:00:40	100,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:00:40</b>	<b>1</b>		

<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Ausland	00:08:34	29	00:00:18	45,21%
Luxemburg-Land	00:05:42	11	00:00:31	30,08%
Luxemburg-Stadt	00:03:54	7	00:00:33	20,58%
(keine Angabe)	00:00:24	2	00:00:12	2,11%
Region (B)	00:00:23	1	00:00:23	2,02%
<b>Summe :</b>	<b>00:18:57</b>	<b>50</b>		

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

15.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	01:27:52	18	00:04:53	73,22%
Nachrichtenbeitrag	00:13:20	32	00:00:25	11,11%
	<b>01:41:12</b>	<b>50</b>		
	<b>84,33%</b>	<b>42,74%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:01:17	14	00:00:05	1,07%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:30	8	00:00:04	0,42%
Trailer - Programm	00:02:32	6	00:00:25	2,11%
	<b>00:04:19</b>	<b>28</b>		
	<b>3,60%</b>	<b>23,93%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:04:22	15	00:00:17	3,64%
	<b>00:04:22</b>	<b>15</b>		
	<b>3,64%</b>	<b>12,82%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	00:02:22	2	00:01:11	1,97%
	<b>00:02:22</b>	<b>2</b>		
	<b>1,97%</b>	<b>1,71%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Wetterdienst	00:00:41	3	00:00:14	0,57%
	<b>00:00:41</b>	<b>3</b>		
	<b>0,57%</b>	<b>2,56%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:07:04	19	00:00:22	5,89%
	<b>00:07:04</b>	<b>19</b>		
	<b>5,89%</b>	<b>16,24%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>117</b>		

---

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Auswertung des Informationsangebots

15.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt

Studiogespräch (live)	01:27:52	18	00:04:53	86,82%
Meldung	00:10:52	30	00:00:22	10,74%
Telefonbericht	00:02:02	1	00:02:02	2,01%
Schlagzeilen	00:00:26	1	00:00:26	0,43%

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

#### **Informationsbeitrag**

Studiogespräch (live)	01:27:52	18	00:04:53	86,82%
	<b>01:27:52</b>	<b>18</b>		
	<b>86,82%</b>	<b>36,00%</b>		

---

#### **Nachrichtenbeitrag**

Meldung	00:10:52	30	00:00:22	10,74%
Telefonbericht	00:02:02	1	00:02:02	2,01%
Schlagzeilen	00:00:26	1	00:00:26	0,43%
	<b>00:13:20</b>	<b>32</b>		
	<b>13,18%</b>	<b>64,00%</b>		

---



**Themenbereiche der Beiträge – gesamt**

Politik	01:15:34	20	00:03:47	74,67%
Wirtschaft/Arbeit	00:16:45	3	00:05:35	16,55%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:17	6	00:00:23	2,26%
Sport	00:02:14	9	00:00:15	2,21%
Kriminalität	00:02:02	6	00:00:20	2,01%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:01:38	4	00:00:25	1,61%
(keine Angabe)	00:00:26	1	00:00:26	0,43%
Forst/Landwirtschaft	00:00:16	1	00:00:16	0,26%
<b>Summe :</b>	<b>01:41:12</b>	<b>50</b>		

---

**Themenbereiche der Informationsbeiträge**

Politik	01:12:49	17	00:04:17	82,87%
Wirtschaft/Arbeit	00:15:03	1	00:15:03	17,13%
<b>Summe :</b>	<b>01:27:52</b>	<b>18</b>		

---

**Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge**

Politik	00:02:45	3	00:00:55	20,63%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:17	6	00:00:23	17,13%
Sport	00:02:14	9	00:00:15	16,75%
Kriminalität	00:02:02	6	00:00:20	15,25%
Wirtschaft/Arbeit	00:01:42	2	00:00:51	12,75%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:01:38	4	00:00:25	12,25%
(keine Angabe)	00:00:26	1	00:00:26	3,25%
Forst/Landwirtschaft	00:00:16	1	00:00:16	2,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:13:20</b>	<b>32</b>		

---

**Themenreichweite**

national	01:31:33	27	00:03:23	90,46%
lokal	00:04:47	13	00:00:22	4,73%
international	00:04:26	9	00:00:30	4,38%
(keine Angabe)	00:00:26	1	00:00:26	0,43%
<b>Summe :</b>	<b>01:41:12</b>	<b>50</b>		

---

**Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)**

national	01:27:52	18	00:04:53	100,00%
<b>Summe :</b>	<b>01:27:52</b>	<b>18</b>		

---

**Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)**

lokal	00:04:47	13	00:00:22	35,88%
international	00:04:26	9	00:00:30	33,25%
national	00:03:41	9	00:00:25	27,63%
(keine Angabe)	00:00:26	1	00:00:26	3,25%
<b>Summe :</b>	<b>00:13:20</b>	<b>32</b>		

---

RTL Radio Lëtzebuerg vom 15.05.2004	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Ereignisort:</b>				
Studio	01:27:52	18	00:04:53	86,82%
Ausland	00:06:50	15	00:00:27	6,75%
Luxemburg-Land	00:03:45	14	00:00:16	3,71%
Region (B)	00:02:19	2	00:01:09	2,29%
(keine Angabe)	00:00:26	1	00:00:26	0,43%
<b>Summe :</b>	<b>01:41:12</b>	<b>50</b>		

<b>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</b>				
Studio	01:27:52	18	00:04:53	100,00%
<b>Summe :</b>	<b>01:27:52</b>	<b>18</b>		

<b>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</b>				
Ausland	00:06:50	15	00:00:27	51,25%
Luxemburg-Land	00:03:45	14	00:00:16	28,13%
Region (B)	00:02:19	2	00:01:09	17,38%
(keine Angabe)	00:00:26	1	00:00:26	3,25%
<b>Summe :</b>	<b>00:13:20</b>	<b>32</b>		

---

# 100,7

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

16.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	01:17:29	12	00:06:27	64,57%
Nachrichtenbeitrag	00:19:06	30	00:00:38	15,92%
	<b>01:36:35</b>	<b>42</b>		
	<b>80,49%</b>	<b>42,86%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:00:58	5	00:00:12	0,81%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:23	8	00:00:03	0,32%
	<b>00:01:21</b>	<b>13</b>		
	<b>1,13%</b>	<b>13,27%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:06:01	34	00:00:11	5,01%
	<b>00:06:01</b>	<b>34</b>		
	<b>5,01%</b>	<b>34,69%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	00:13:58	4	00:03:30	11,64%
	<b>00:13:58</b>	<b>4</b>		
	<b>11,64%</b>	<b>4,08%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
TV/Kino/Veranstaltung	00:01:52	4	00:00:28	1,56%
	<b>00:01:52</b>	<b>4</b>		
	<b>1,56%</b>	<b>4,08%</b>		
<b>Sonstiges</b>				
Störung	00:00:13	1	00:00:13	0,18%
	<b>00:00:13</b>	<b>1</b>		
	<b>0,18%</b>	<b>1,02%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>98</b>		

---

100,7

Auswertung des Informationsangebots

16.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

**Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt**

Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:33:10	5	00:06:38	34,34%
Bericht	00:28:11	5	00:05:38	29,18%
Interview	00:19:58	6	00:03:20	20,67%
Meldung	00:10:40	22	00:00:29	11,04%
Statement/Meinung	00:04:36	4	00:01:09	4,76%

---

**Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen**

**Informationsbeitrag**

Musik-/Film-/Archiv-O-Ton	00:33:10	5	00:06:38	34,34%
Bericht	00:24:21	1	00:24:21	25,21%
Interview	00:19:58	6	00:03:20	20,67%
	<b>01:17:29</b>	<b>12</b>		
	<b>80,22%</b>	<b>28,57%</b>		

---

**Nachrichtenbeitrag**

Meldung	00:10:40	22	00:00:29	11,04%
Statement/Meinung	00:04:36	4	00:01:09	4,76%
Bericht	00:03:50	4	00:00:57	3,97%
	<b>00:19:06</b>	<b>30</b>		
	<b>19,78%</b>	<b>71,43%</b>		

---

<b>100.7 vom 16.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</u></b>				
Musik	00:54:29	15	00:03:38	56,41%
Film	00:28:48	3	00:09:36	29,82%
Sport	00:05:36	9	00:00:37	5,80%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:03:21	6	00:00:34	3,47%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:03	5	00:00:25	2,12%
Wirtschaft/Arbeit	00:01:35	3	00:00:32	1,64%
Politik	00:00:43	1	00:00:43	0,74%
<b>Summe :</b>	<b>01:36:35</b>	<b>42</b>		
<b><u>Themenbereiche der Informationsbeiträge</u></b>				
Musik	00:53:08	11	00:04:50	68,57%
Film	00:24:21	1	00:24:21	31,43%
<b>Summe :</b>	<b>01:17:29</b>	<b>12</b>		
<b><u>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</u></b>				
Sport	00:05:36	9	00:00:37	29,32%
Film	00:04:27	2	00:02:13	23,30%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:03:21	6	00:00:34	17,54%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:03	5	00:00:25	10,73%
Wirtschaft/Arbeit	00:01:35	3	00:00:32	8,29%
Musik	00:01:21	4	00:00:20	7,07%
Politik	00:00:43	1	00:00:43	3,75%
<b>Summe :</b>	<b>00:19:06</b>	<b>30</b>		

<b>100,7 vom 16.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
lokal	00:53:08	11	00:04:50	55,01%
international	00:36:02	17	00:02:07	37,31%
national	00:07:25	14	00:00:32	7,68%
<b>Summe :</b>	<b>01:36:35</b>	<b>42</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
lokal	00:53:08	11	00:04:50	68,57%
international	00:24:21	1	00:24:21	31,43%
<b>Summe :</b>	<b>01:17:29</b>	<b>12</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
international	00:11:41	16	00:00:44	61,17%
national	00:07:25	14	00:00:32	38,83%
<b>Summe :</b>	<b>00:19:06</b>	<b>30</b>		

<b>100,7 vom 16.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Luxemburg-Land	01:00:33	25	00:02:25	62,69%
Ausland	00:36:02	17	00:02:07	37,31%
<b>Summe :</b>	<b>01:36:35</b>	<b>42</b>		
<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Land	00:53:08	11	00:04:50	68,57%
Ausland	00:24:21	1	00:24:21	31,43%
<b>Summe :</b>	<b>01:17:29</b>	<b>12</b>		
<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Ausland	00:11:41	16	00:00:44	61,17%
Luxemburg-Land	00:07:25	14	00:00:32	38,83%
<b>Summe :</b>	<b>00:19:06</b>	<b>30</b>		



# DNR

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

16.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:02:22	2	00:01:11	1,97%
Nachrichtenbeitrag	00:13:08	38	00:00:21	10,94%
Sonstiges - Wort/Information	00:03:01	1	00:03:01	2,51%
	<b>00:18:31</b>	<b>41</b>		
	<b>15,43%</b>	<b>33,88%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:02:00	12	00:00:10	1,67%
Trailer - Programmbestandteil	00:00:42	1	00:00:42	0,58%
	<b>00:02:42</b>	<b>13</b>		
	<b>2,25%</b>	<b>10,74%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:08:20	27	00:00:19	6,94%
	<b>00:08:20</b>	<b>27</b>		
	<b>6,94%</b>	<b>22,31%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	01:23:47	24	00:03:29	69,82%
	<b>01:23:47</b>	<b>24</b>		
	<b>69,82%</b>	<b>19,83%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:00:08	1	00:00:08	0,11%
Wetterdienst	00:00:15	1	00:00:15	0,21%
	<b>00:00:23</b>	<b>2</b>		
	<b>0,32%</b>	<b>1,65%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:06:17	14	00:00:27	5,24%
	<b>00:06:17</b>	<b>14</b>		
	<b>5,24%</b>	<b>11,57%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>121</b>		

---

# DNR

## Auswertung des Informationsangebots

16.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt

Meldung	00:11:06	33	00:00:20	59,95%
Sonstiges	00:03:27	3	00:01:09	18,63%
Bericht	00:02:22	2	00:01:11	12,78%
Statement/Meinung	00:01:36	3	00:00:32	8,64%

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

#### Informationsbeitrag

Bericht	00:02:22	2	00:01:11	12,78%
	<b>00:02:22</b>	<b>2</b>		
	<b>12,78%</b>	<b>4,88%</b>		

---

#### Nachrichtenbeitrag

Meldung	00:11:06	33	00:00:20	59,95%
Statement/Meinung	00:01:36	3	00:00:32	8,64%
Sonstiges	00:00:26	2	00:00:13	2,34%
	<b>00:13:08</b>	<b>38</b>		
	<b>70,93%</b>	<b>92,68%</b>		

---

#### Sonstiges - Wort/Information

Sonstiges	00:03:01	1	00:03:01	16,29%
	<b>00:03:01</b>	<b>1</b>		
	<b>16,29%</b>	<b>2,44%</b>		

---

<b>DNR vom 16.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</u></b>				
Sport	00:03:34	17	00:00:13	19,26%
Sonstiges	00:03:01	1	00:03:01	16,29%
Politik	00:02:43	7	00:00:23	14,67%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:27	4	00:00:37	13,23%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:02:25	6	00:00:24	13,05%
Verkehr/Auto	00:02:22	2	00:01:11	12,78%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:01:59	4	00:00:30	10,71%
<b>Summe :</b>	<b>00:18:31</b>	<b>41</b>		

<b><u>Themenbereiche der Informationsbeiträge</u></b>				
Verkehr/Auto	00:02:22	2	00:01:11	100,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:02:22</b>	<b>2</b>		

<b><u>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</u></b>				
Sport	00:03:34	17	00:00:13	27,16%
Politik	00:02:43	7	00:00:23	20,69%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:02:27	4	00:00:37	18,65%
Kirche/Religion/Weltanschauung	00:02:25	6	00:00:24	18,40%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:01:59	4	00:00:30	15,10%
<b>Summe :</b>	<b>00:13:08</b>	<b>38</b>		

<b>DNR vom 16.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
international	00:09:03	28	00:00:19	48,87%
nicht eingrenzbar	00:05:23	3	00:01:48	29,07%
national	00:03:33	8	00:00:27	19,17%
regional	00:00:32	2	00:00:16	2,88%
<b>Summe :</b>	<b>00:18:31</b>	<b>41</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
nicht eingrenzbar	00:02:22	2	00:01:11	100,00%
<b>Summe :</b>	<b>00:02:22</b>	<b>2</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
international	00:09:03	28	00:00:19	68,91%
national	00:03:33	8	00:00:27	27,03%
regional	00:00:32	2	00:00:16	4,06%
<b>Summe :</b>	<b>00:13:08</b>	<b>38</b>		

<b>DNR vom 16.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b>Ereignisort:</b>				
Ausland	00:06:38	22	00:00:18	35,82%
Luxemburg-Stadt	00:04:45	8	00:00:36	25,65%
Luxemburg-Land	00:03:51	9	00:00:26	20,79%
Sonstiger Ort	00:03:01	1	00:03:01	16,29%
nicht ortsgebunden	00:00:16	1	00:00:16	1,44%
<b>Summe :</b>	<b>00:18:31</b>	<b>41</b>		

<b>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</b>				
Luxemburg-Stadt	00:02:06	1	00:02:06	88,73%
nicht ortsgebunden	00:00:16	1	00:00:16	11,27%
<b>Summe :</b>	<b>00:02:22</b>	<b>2</b>		

<b>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</b>				
Ausland	00:06:38	22	00:00:18	50,51%
Luxemburg-Land	00:03:51	9	00:00:26	29,31%
Luxemburg-Stadt	00:02:39	7	00:00:23	20,18%
<b>Summe :</b>	<b>00:13:08</b>	<b>38</b>		

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Gesamtübersicht der Programmbestandteile

16.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

Beitragsart	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
<b>Information</b>				
Informationsbeitrag	00:05:55	14	00:00:25	4,93%
Nachrichtenbeitrag	00:26:59	68	00:00:24	22,49%
	<b>00:32:54</b>	<b>82</b>		
	<b>27,42%</b>	<b>47,40%</b>		
<b>Jingles/Trailer</b>				
Kennungsjingle	00:01:11	16	00:00:04	0,99%
sonst. Jingle/Trennjingle	00:00:29	12	00:00:02	0,40%
Trailer - Internet	00:00:40	2	00:00:20	0,56%
Trailer - Programm	00:01:41	4	00:00:25	1,40%
Trailer - Programmbestandteil	00:00:05	1	00:00:05	0,07%
	<b>00:04:06</b>	<b>35</b>		
	<b>3,42%</b>	<b>20,23%</b>		
<b>Moderation</b>				
Moderation	00:03:16	22	00:00:09	2,72%
	<b>00:03:16</b>	<b>22</b>		
	<b>2,72%</b>	<b>12,72%</b>		
<b>Musik</b>				
Musikbeitrag	01:12:28	18	00:04:02	60,39%
	<b>01:12:28</b>	<b>18</b>		
	<b>60,39%</b>	<b>10,40%</b>		
<b>Service/Dienste</b>				
Sonstiges - Service/Dienste	00:00:58	1	00:00:58	0,81%
Wetterdienst	00:01:29	4	00:00:22	1,24%
	<b>00:02:27</b>	<b>5</b>		
	<b>2,04%</b>	<b>2,89%</b>		
<b>Werbung</b>				
Werbebeitrag	00:04:49	11	00:00:26	4,01%
	<b>00:04:49</b>	<b>11</b>		
	<b>4,01%</b>	<b>6,36%</b>		
<b>Summe :</b>	<b>02:00:00</b>	<b>173</b>		

---

# RTL Radio Lëtzebuerg

## Auswertung des Informationsangebots

16.05.2004, 12.00 bis 14.00 Uhr

---

	Dauer	Anzahl	Mittelwert	Anteil in %
--	-------	--------	------------	-------------

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen gesamt

Meldung	00:23:32	57	00:00:25	71,53%
Statement/Meinung	00:05:52	12	00:00:29	17,83%
Bericht	00:01:33	9	00:00:10	4,71%
Interview	00:01:28	3	00:00:29	4,46%
Schlagzeilen	00:00:29	1	00:00:29	1,47%

---

### Verteilung der journalistischen Darstellungsformen in Nachrichten und Informationsbeiträgen

#### **Informationsbeitrag**

Statement/Meinung	00:02:52	5	00:00:34	8,71%
Meldung	00:02:05	4	00:00:31	6,33%
Bericht	00:00:58	5	00:00:12	2,94%
	<b>00:05:55</b>	<b>14</b>		
	<b>17,98%</b>	<b>17,07%</b>		

---

#### **Nachrichtenbeitrag**

Meldung	00:21:27	53	00:00:24	65,20%
Statement/Meinung	00:03:00	7	00:00:26	9,12%
Interview	00:01:28	3	00:00:29	4,46%
Bericht	00:00:35	4	00:00:09	1,77%
Schlagzeilen	00:00:29	1	00:00:29	1,47%
	<b>00:26:59</b>	<b>68</b>		
	<b>82,02%</b>	<b>82,93%</b>		

---

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 16.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenbereiche der Beiträge – gesamt</u></b>				
Sport	00:11:10	26	00:00:26	33,94%
Literatur	00:03:50	10	00:00:23	11,65%
Politik	00:03:41	8	00:00:28	11,20%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:03:33	11	00:00:19	10,79%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:03:11	8	00:00:24	9,68%
Kultur	00:02:31	7	00:00:22	7,65%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:02:05	4	00:00:31	6,33%
Recht/Justiz	00:01:12	3	00:00:24	3,65%
Sonstiges	00:00:57	3	00:00:19	2,89%
(keine Angabe)	00:00:29	1	00:00:29	1,47%
Musik	00:00:15	1	00:00:15	0,76%
<b>Summe :</b>	<b>00:32:54</b>	<b>82</b>		
<b><u>Themenbereiche der Informationsbeiträge</u></b>				
Literatur	00:03:50	10	00:00:23	64,79%
Buntes/Klatsch/Unterhaltung	00:02:05	4	00:00:31	35,21%
<b>Summe :</b>	<b>00:05:55</b>	<b>14</b>		
<b><u>Themenbereiche der Nachrichtenbeiträge</u></b>				
Sport	00:11:10	26	00:00:26	41,38%
Politik	00:03:41	8	00:00:28	13,65%
Katastrophe/Unglück/Unfall	00:03:33	11	00:00:19	13,16%
Krieg/Bürgerkrieg/Militäraktion	00:03:11	8	00:00:24	11,80%
Kultur	00:02:31	7	00:00:22	9,33%
Recht/Justiz	00:01:12	3	00:00:24	4,45%
Sonstiges	00:00:57	3	00:00:19	3,52%
(keine Angabe)	00:00:29	1	00:00:29	1,79%
Musik	00:00:15	1	00:00:15	0,93%
<b>Summe :</b>	<b>00:26:59</b>	<b>68</b>		



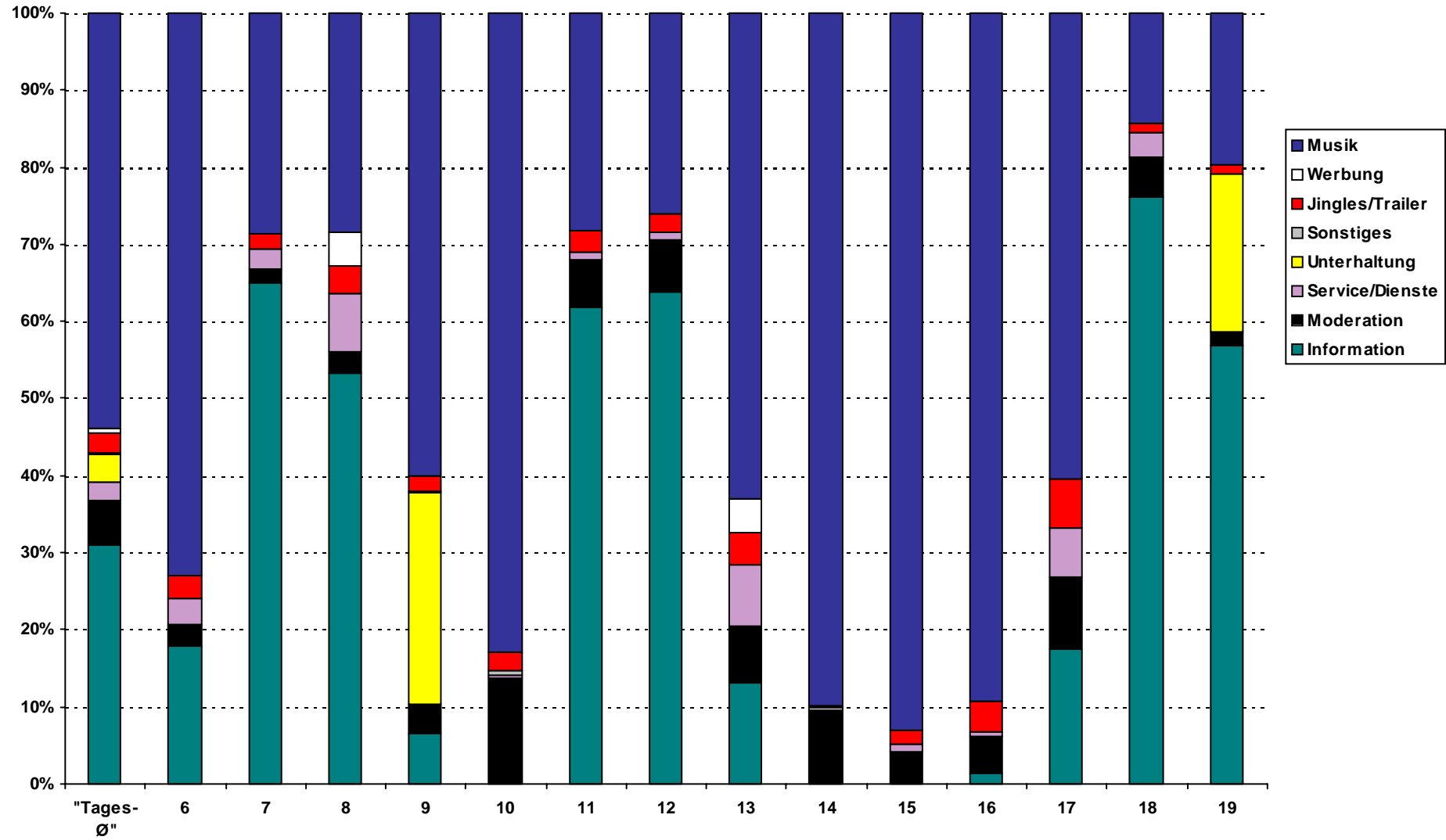
<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 16.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Themenreichweite</u></b>				
national	00:12:11	30	00:00:24	37,03%
lokal	00:10:30	29	00:00:22	31,91%
international	00:09:44	22	00:00:27	29,58%
(keine Angabe)	00:00:29	1	00:00:29	1,47%
<b>Summe :</b>	<b>00:32:54</b>	<b>82</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Informationsbeiträge)</u></b>				
lokal	00:04:52	12	00:00:24	82,25%
international	00:01:03	2	00:00:31	17,75%
<b>Summe :</b>	<b>00:05:55</b>	<b>14</b>		
<b><u>Themenreichweite (nur Nachrichtenbeiträge)</u></b>				
national	00:12:11	30	00:00:24	45,15%
international	00:08:41	20	00:00:26	32,18%
lokal	00:05:38	17	00:00:20	20,88%
(keine Angabe)	00:00:29	1	00:00:29	1,79%
<b>Summe :</b>	<b>00:26:59</b>	<b>68</b>		

<b>RTL Radio Lëtzebuerg vom 16.05.2004</b>	<b>Dauer</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Anteil in %</b>
<b><u>Ereignisort:</u></b>				
Ausland	00:15:58	35	00:00:27	48,53%
Luxemburg-Land	00:08:03	25	00:00:19	24,47%
Luxemburg-Stadt	00:07:39	20	00:00:23	23,25%
nicht ortsgebunden	00:00:45	1	00:00:45	2,28%
(keine Angabe)	00:00:29	1	00:00:29	1,47%
<b>Summe :</b>	<b>00:32:54</b>	<b>82</b>		
<b><u>Ereignisort (nur Informationsbeiträge):</u></b>				
Luxemburg-Stadt	00:03:50	10	00:00:23	64,79%
Ausland	00:02:05	4	00:00:31	35,21%
<b>Summe :</b>	<b>00:05:55</b>	<b>14</b>		
<b><u>Ereignisort (nur Nachrichtenbeiträge):</u></b>				
Ausland	00:13:53	31	00:00:27	51,45%
Luxemburg-Land	00:08:03	25	00:00:19	29,83%
Luxemburg-Stadt	00:03:49	10	00:00:23	14,14%
nicht ortsgebunden	00:00:45	1	00:00:45	2,78%
(keine Angabe)	00:00:29	1	00:00:29	1,79%
<b>Summe :</b>	<b>00:26:59</b>	<b>68</b>		

100,7

12./13.5.2004 von 06.00 bis 20.00 Uhr

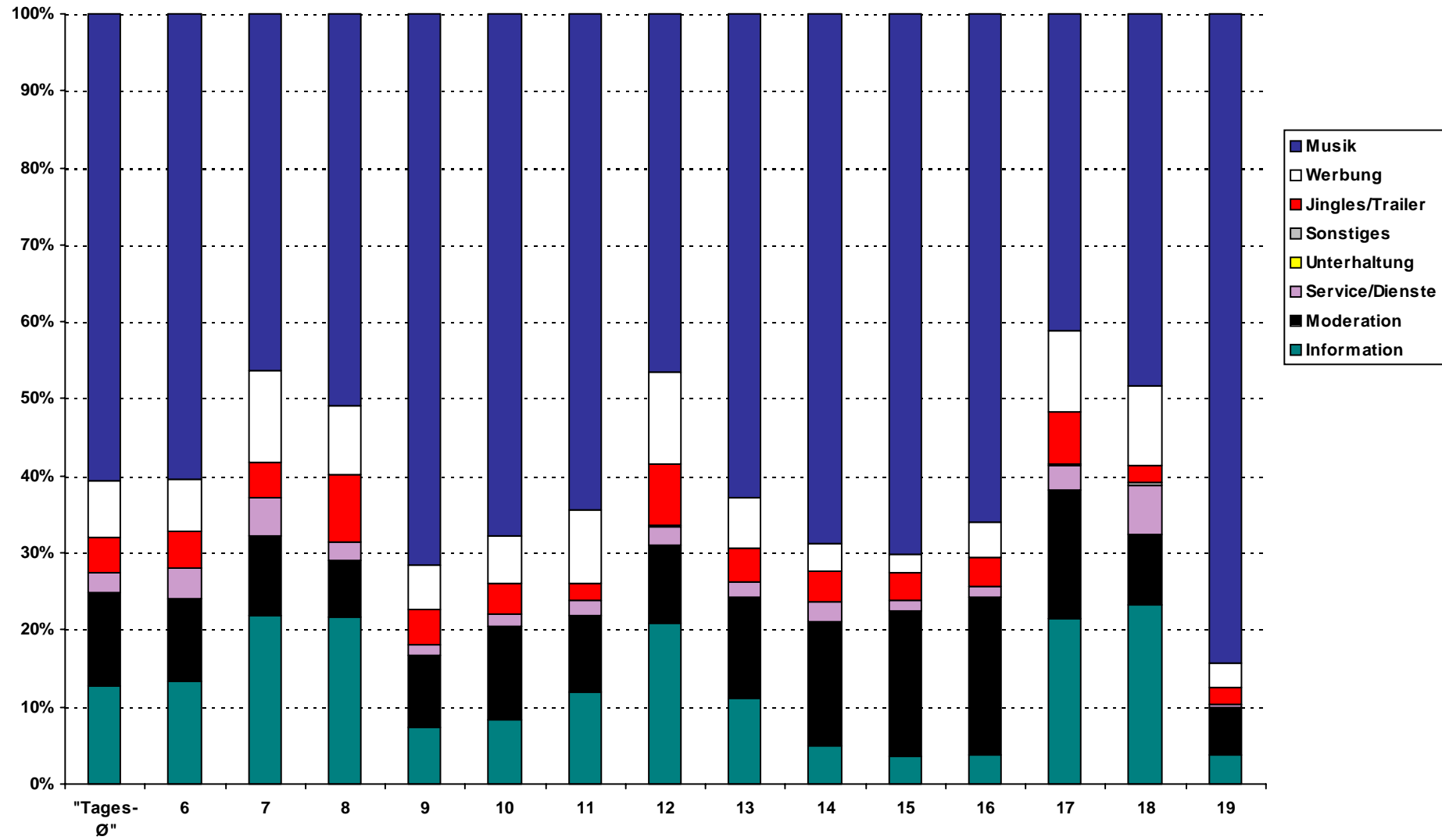
### Beitragsformen im Tagesverlauf



# DNR

12./13.5.2004 von 06.00 bis 20.00 Uhr

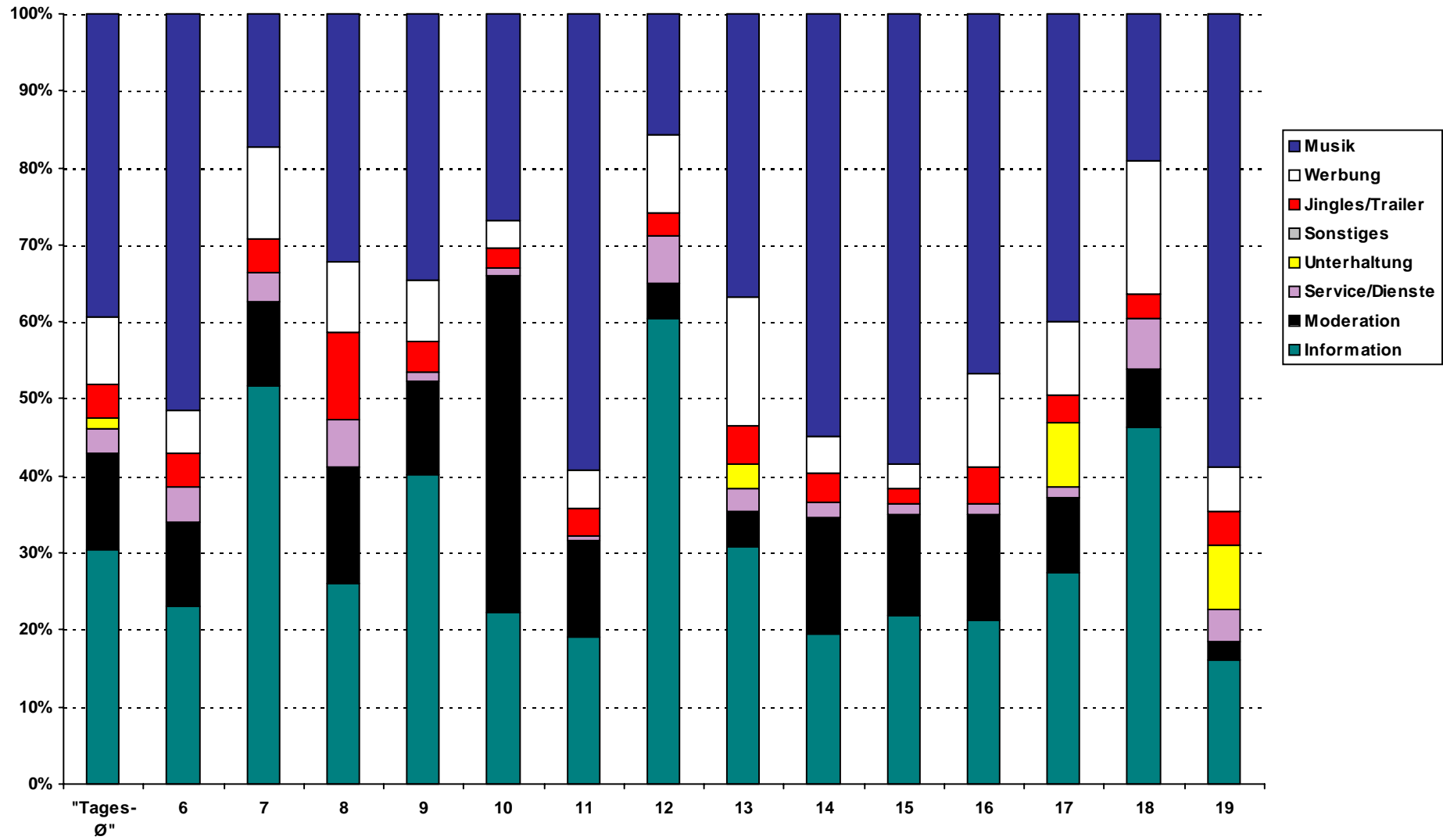
## Beitragsformen im Tagesverlauf



# RTL Radio Lëtzebuerg

12./13.05.2004 von 06.00 bis 20.00 Uhr

## Beitragsformen im Tagesverlauf



# RTL Télé Lëtzebuerg – Verteilung der Programmbausteine des Abendprogramms im Wochenverlauf

