

Medienkritik?

Medienkritik findet in der Luxemburger Presse eher selten statt, denn traditionsgemäß ignorieren sich die Redaktionen gegenseitig. Das führt dazu, dass die Beiträge der Kollegen (z. B. von Radio 100komma7) nicht zitiert werden und so den eigenen intellektuellen Verdienst (z. B. von RTL Radio) nicht schmälern. Für die Öffentlichkeit besteht der Nachteil darin, dass keine zusammenhängende Debatte entstehen kann und die Presse zumeist im luftleeren und beziehungslosen Raum – also ohne Wirkung – arbeitet.

Die *Grande (vieille?) dame* der luxemburgischen Presse, das *Lëtzebuurger Land* (LL), hat jetzt in der Sparte Medienkritik auf überraschende Weise innoviert. Es hat in seiner Ausgabe vom 25. Mai dem Sprecher eines Immobilienpromotors eine volle Seite zur Verfügung gestellt, damit dieser sich dort „à titre personnel“ über die Berichterstattung von RTL Radio beschweren kann: RTL würde auf unfaire Weise seine geballte Medienmacht gegen die Interessen seines Kunden zum Einsatz bringen. Namentlich genannt wird in diesem Zusammenhang der Journalist Nico Graf („connu pour ses commentaires moralisateurs“).

Man fragt sich, was in das LL gefahren ist, einen solchen, zugegebenermaßen originellen Text überhaupt und noch dazu unkomentiert zu bringen! Man würde es verstehen, wenn der Text sich mit dem LL befassen würde (ein Abdruck würde sich dann wohl aufdrängen). Man würde es auch begrüßen, wenn das LL aus eigener Feder einen Artikel zum Thema liefern würde (die Berichterstattung von RTL Radio könnte sicherlich eine eingehende Analyse rechtfertigen). Der Leser würde auch ein Interview mit einem Unternehmenssprecher aus der skandalträchtigen Immobilien- und Sportbranche mit Interesse und Neugier aufnehmen. Aber dass das LL einem direkt Betroffenen die Aufgabe der Medienkritik überlässt, macht perplex.

Tatsächlich hat sich die Leistung der Redaktion darauf beschränkt, die Französischfehler im Text zu belassen – vielleicht ein subtiler Hinweis darauf, dass die unabhängige Wochenschrift sich von solcherart Kommunikation distanziert? Ansonsten kein Hinweis, wie das *Lëtzebuurger Land* zu diesem „Unbekannten Textobjekt“ steht und warum der Abdruck erfolgte.

Auf Seite 10/11 derselben Ausgabe dokumentiert das LL einen weiteren Fall von Medienkritik von Seiten der Privatwirtschaft. Dort behandelt ein redaktioneller Beitrag das „Missgeschick“, das PWC Luxemburg vor einigen Wochen widerfuhr, als ein französisches Journalistenteam („Cash Investigation“) den Direktor des

tax departments in eine Falle lockte – mit Fragen, die sich auf interne Dokumente von PWC stützten. Der Artikel von Véronique Poujol wirft die brisante Frage auf, wie die Unterlagen aus dem Unternehmen gelangen konnten, und bezweifelt damit auch indirekt die Sicherheit des Bankgeheimnisses am Standort Luxemburg. Dem Beitrag zur Seite steht ein von PWC gelieferter Text, der die Position der Firma ausführlich erläutert und die Kunden mit den Worten beruhigt: „PWC attache la plus grande importance à la protection des informations de ses clients“ (was diese unter den gegebenen Umständen sicherlich zu schätzen wissen). Darüber hinaus hält diese offizielle Unternehmenskommunikation den Journalisten von France 2 vor, einen tendenziösen Bericht verfasst zu haben und die von PWC stammenden Dokumente illegal zu halten („détenaient illégalement des documents émis par PWC“).

PWC sieht sich ganz klar in seiner Rolle (und in seinem Recht), wenn es von Luxemburg aus internationalen Unternehmen, die steuerlich attraktivsten Konstruktionen in Europa verkauft. Genauso sollte PWC auch anerkennen, dass die „vierte Gewalt“ im Staate (die Presse) ihre Rolle erfüllt, wenn sie die Öffentlichkeit über die Herkunft des Steueraufkommens in Luxemburg (und in anderen Ländern) aufklärt. Die Unterstellung bzw. Drohung, France 2 würde sich strafbar machen, ist umso abwegiger, als sich die internen Dokumente, auf die sich die Reportage stützt, nach eigener Aussage von PWC auf Zusammenhänge beziehen, die größtenteils öffentlich im Handelsregister einsehbar sind.

Am Ende des anfangs erwähnten Gastbeitrags fragt der Sprecher der Unternehmensgruppe Becca noch mit einer Mischung aus Resignation und Revolte: „Mais que faire face à ce cinquième pouvoir?“ und meint damit den Sensationsjournalismus, unter dem sein Kunde zu leiden habe. Als „fünfte Gewalt“ wird in der einschlägigen Literatur jedoch nicht ein eventuell unseriöser, tendenziöser Journalismus bezeichnet, sondern die Lobbyarbeit von Interessengruppen und deren Versuche, die öffentliche Meinung und die politischen Entscheidungsträger zu beeinflussen.¹ Man kann dem Autor in diesem Sinne nur zustimmen, wenn er uns auffordert, die Freiheit der Meinungsbildung (und damit die Unabhängigkeit der Presse) zu schützen.

JST

¹ Siehe etwa: Thomas Leif, Rudolf Speth, *Die fünfte Gewalt: Lobbyismus in Deutschland*, Wiesbaden/Bonn 2006.