

Bedeutungsverlust?

Eine Umfrage zur politischen Relevanz der luxemburgischen Medien

Nachdem die luxemburgischen Medien (*forum* inklusive) in den Jahren 2010 bis 2013 gemeinsam dazu beigetragen hatten, durch ihre offensive Berichterstattung (Cargolux, SREL, Bommeléeer, etc.) die Stimmung vorzubereiten, die einen Regierungswechsel möglich und notwendig gemacht hatte, scheint die Rolle und Bedeutung der klassischen Medien im Prozess der politischen Meinungsbildung heute sehr viel bescheidener zu sein. Intuitiv hat man den Eindruck, dass das konzentrierte Lesen zusammenhängender Texte selbst in politisch interessierten Kreisen zu einem seltenen Luxus geworden ist. Dazu beigetragen hat sicherlich die hohe Zersplitterung der Medienlandschaft, die durch die staatliche Finanzierung neuer Online-Angebote noch verstärkt wurde. Auch die weite Verbreitung der sozialen Medien dürfte den klassischen Informationsangeboten zusätzlich das Wasser abgraben. Über den Weg einer Umfrage wollten wir die aktuelle Sichtbarkeit der luxemburgischen Medien bei den politischen Akteuren überprüfen. Im Zentrum der Umfrage sollte die Frage stehen, welche Medien von Politikern und politisch aktiven Bürgern konsumiert werden, welchen Medien man also einen *direkten* Einfluss auf die politische Debatte zuschreiben kann.*

Als Befragungsgruppe bot sich dafür eine aussagestarke, klar definierte und über die Parteien einfach zu kontaktierende Teilmenge der luxemburgischen Bevölkerung an: die Kandidaten auf den Listen der Kommunalwahlen von Oktober 2017. *forum* hat im Frühjahr diese im Prinzip stark politisierten und in die tägliche politische Debatte eingebundenen Personen über den Umweg ihrer Parteisekretariate angeschrieben und gebeten, bei einer anonymen online-Befragung zu ihrem Medienverhalten teilzunehmen.

Wichtig waren uns insbesondere die Antworten der vier großen (potentiellen) „Regierungsparteien“ (CSV, déi gréng, DP und LSAP), da es uns in erster Linie um die Frage ging, welche Medien die zurzeit „relevanten“ politischen Entscheidungsträger erreichen. Als Kontrollgruppe haben wir noch die Kandidaten von déi Lénk eingeladen teilzunehmen. Auf die Kandidaten des ADR haben wir verzichtet, weil uns der Aufwand am Ende einfach zu groß wurde. Nachträglich bedauern wir das, denn die Ergebnisse wären sicherlich auch dort spannend gewesen.

Jede der angeschriebenen Parteien hat unsere Einladung via Mail an die Gesamtliste ihrer Kandidaten bei den Kommunalwahlen von 2017 versandt, d.h. an jeweils etwas mehr als 600 Personen. Bei fünf teilnehmenden Parteien ging die Einladung somit an rund 3 000 Personen. Geantwortet haben im Zeitraum Februar/März 2018 insgesamt 455 Personen, was einem Rücklauf von 15 % entspricht (normalerweise ist bei solchen Umfragen eine Teilnahme von unter 5 % zu erwarten). Die Ergebnisse sind damit sicherlich nicht repräsentativ für die Gesamtheit der Kandidaten, aber aussagekräftig für die aktiven unter ihnen. Die über einen online-Fragebogen durchgeführte Umfrage war komplett anonym, jedoch hat jede Partei einen eigenen „Umfragebogen“ online beantwortet, was uns erlaubte, die charakteristischen Unterschiede zwischen den Parteien im Hinblick auf den Medienkonsum ihrer Kandidaten zu erkennen. Die folgende Darstellung ist nur eine sehr kurze Zusammenfassung der interessantesten und wichtigsten Ergebnisse. Gerne teilen wir den völlig anonymen Datensatz mit jedem, der im Rahmen einer Seminar- oder Masterarbeit die Analyse vertiefen möchte.

forum

Im Zentrum der Umfrage sollte die Frage stehen, welche Medien von Politikern und politisch aktiven Bürgern konsumiert werden, welchen Medien man also einen direkten Einfluss auf die politische Debatte zuschreiben kann.

Zurückhaltung bei déi gréng, Enthusiasmus bei der DP und déi Lénk

Die erste Überraschung bezog sich auf das Engagement der einzelnen Parteilisten: Am zurückhaltendsten reagierten déi gréng (54 Teilnehmer / 9 % Rücklauf), obwohl gerade in dieser Partei viele Personen *forum* kennen und uns als Initiator der Umfrage im Prinzip wohlgesonnen sein müssten. Wir erklären uns diese Zurückhaltung mit der allgemein individualistischeren und gegenüber Meinungsumfragen eventuell misstrauischeren Grundeinstellung dieser Personengruppe, wobei selbst diese Teilnehmerzahl immer noch hoch genug und zumindest für die aktiven ‚Militanten‘ aussagekräftig ist.

Bei CSV (84 Teilnehmer / rund 14%) und LSAP (96 Teilnehmer / rund 16% Rücklauf) haben doppelt so viele Personen teilgenommen, was schon sehr beeindruckend ist. Schließlich – bei der DP waren 177 Personen (knapp 30%) und bei déi Lénk 44 Teilnehmer von 145 (ebenfalls 30%) bereit zu antworten.

Diejenigen, die geantwortet haben, sind zu einem Drittel weiblich, zu zwei Drittel männlich, nur bei déi gréng und déi Lénk ist das Verhältnis ausgeglichen. Die überwältigende Mehrheit der Teilnehmer hat allein die luxemburgische Nationalität (nur 7,5 % der Antwortgeber haben neben der luxemburgischen noch eine zweite oder sind nicht-luxemburgischer Nationalität). Etwas mehr als 50 % aller Teilnehmer sind innerhalb der letzten 10 Jahren politisch aktiv geworden, 33 % sogar nur innerhalb der letzten 5 Jahre.

Soziale Medien vs. Nischenprodukte

Wie zu erwarten, sind die sozialen Medien mittlerweile nicht nur ein wichtiges Kommunikationsmittel, um Kontakt mit Parteifreunden und Anhängern zu halten, sondern dienen auch als Informationsquelle. Rund 50 % der Kandidaten in allen Parteien geben an, dass sie die sozialen Medien (Facebook, Twitter, Youtube...) darüberhinaus konsultieren, um sich über aktuelle nationalpolitische Nachrichten auf dem Laufenden zu halten. Die Grünen liegen hier in ihrem Vertrauen auf die Algorithmen von Facebook & Co mit 61 % deutlich über dem Durchschnitt.

Der Schwerpunkt der Umfrage bezog sich jedoch auf den Konsum klassischer Medien (on- und offline). Das Ergebnis ist für die Nischenprodukte *Lëtzebuurger Land*, *woxx* und selbstverständlich *forum* ernüchternd. Im politischen Umfeld werden sie hauptsächlich von den hochpolitisierten Kandidaten von déi Lénk und déi gréng wahrgenommen.

Das *Lëtzebuurger Land* wird von 49 % der déi Lénk- und 34 % der déi gréng-Kandidaten gelesen; immerhin 27 % der CSV-Kandidaten, 17 % der LSAP-Kandidaten und 11 % der DP-Kandidaten lesen die ehemalige „Arbed-Zeitung“. *woxx* wird von 58 % der Kandidaten von déi Lénk, aber nur von 18 % der Kandidaten von déi gréng als Informations- und Inspirationsquelle genutzt; bei CSV-, DP- oder LSAP-Kandidaten kommt *woxx* auf keine nennenswerte Durchdringung. *forum* wird von 43 % der déi Lénk- und von 28 % der déi gréng-Kandidaten gelesen. Noch 12 % der CSV-Kandidaten geben an, *forum* zu lesen, bei DP und LSAP liegen die Werte um 5 %.

Überspitzt könnte man behaupten, dass *woxx* seine Leserschaft eindeutig bei déi Lénk gefunden hat, das *Land* zwar auch in erster Linie von déi Lénk angenommen wird, dann aber einen stärkeren Einfluss bei déi gréng und zumindest eine bestehende Leserschaft bei der CSV hat. *forum* weist in etwa die gleiche Nutzergemeinschaft wie das *Land* auf, nur dass LSAP-Anhänger zu 62,5 % und DP-Kandidaten sogar zu 73 % *forum* entweder überhaupt nicht kennen oder nicht wirklich wissen, um was für ein Gewächs es sich handelt (wobei auch unter den déi gréng-Kandidaten 42,5 % nicht wissen, wo sie *forum* einordnen sollen).

Der *Feierkrop* kommt auf sehr ähnliche Zahlen wie das *Land*, bei DP- und LSAP-Kandidaten sogar auf bessere: Er wird von déi Lénk (58,5 % der Kandidaten), déi gréng (30 %), LSAP (24 %), DP (20 %) und immerhin 17 % der CSV-Kandidaten gelesen. Diese Zahlen zeigen, wie groß das Loch sein wird, das das Einstellen des DNF am Ende des Jahres reißen wird...

Die Bedeutung der Tagespresse

- Das *Journal* erreicht praktisch nur die Kandidaten der DP und hier auch „nur“ 40 %. Da ist eindeutig Luft nach oben.

- *Quotidien* erreicht bei déi Lénk 24 %, bei der LSAP 23 % und bei den Grünen 18 % der Kandidaten, DP und CSV liegen bei jeweils 12 %, insgesamt ein – für eine französischsprachige Tageszeitung in einem fast ausschließlich luxemburgischen Umfeld – honorables Ergebnis.

- *L'Essentiel* wird durch die Bank von etwa 20 bis 25 % der Kandidaten aller Parteien als regelmäßige Informationsquelle genutzt.

- *Tageblatt* wird von 71 % der LSAP-, 65 % der déi Lénk-, 42 % der déi gréng-, und immerhin 36 % der CSV- und 31 % der DP-Kandidaten gelesen. Die Durchdringung über das linke Milieu hinaus ist also beachtlich.

Die erste Überraschung bezog sich auf das Engagement der einzelnen Parteilisten: Am zurückhaltendsten reagierten déi Lénk und déi gréng.

- Das *Luxemburger Wort* scheint aber das einzige Medium zu sein, das für alle parteipolitisch Engagierten das Referenzblatt ist. Es wird von 96 % CSV, 83 % DP, 76 % LSAP, 49 % déi Lénk und noch 42 % der déi gréng-Kandidaten regelmäßig konsultiert.

Erkundigt man sich nach der „Qualität“, die den einzelnen Printmedien zugeschrieben wird, ergibt sich folgendes Bild:

- Das *Lëtzebuurger Land* erhält hohe Zustimmung nur von déi Lénk- und Grünen-Kandidaten und noch eine zufriedenstellende Benotung von CSV-Kandidaten. DP- und LSAP-Kandidaten können mit dem *Land* nicht viel anfangen.

- *woxx* wird nur von Kandidaten von déi Lénk als gut eingeschätzt, selbst die déi gréng-Kandidaten sind nicht zufrieden, die anderen geben sehr schlechte Noten.

- Dem *Luxemburger Wort* wird generell von allen Seiten eine gute Qualität zugeschrieben.

- Das *Tageblatt* bekommt von allen Parteien im Durchschnitt eine mittelmäßige Beurteilung, nur minimal besser bei den LSAP-Kandidaten.

- Das *Journal* wird von den DP-Kandidaten geschätzt, déi Lénk und déi gréng-Kandidaten geben mittelmäßige Bewertungen, CSV und LSAP-Kandidaten geben schlechte Noten.

- *Quotidiën* bekommt durch die Bank eine unterdurchschnittliche, *L'Essentiel* eine schlechte und die *Zeitung* eine sehr schlechte Bewertung.

(Bei der Frage nach der Qualität haben wir glücklicherweise vergessen, nach *forum* zu fragen...)

Bei den online-Medien ergibt sich ein ganz anderes Bild: Die Unterschiede zwischen den Parteien sind hier nicht sehr ausgeprägt.

- rtl.lu erreicht um die 85 % der Kandidaten aller Parteien,

- wort.lu erreicht 90 % der CSV-Kandidaten, 68,5 % der grünen Kandidaten, 57 % der LSAP-Kandidaten, 50 % der DP-Kandidaten und immerhin noch 36 % der déi Lénk Kandidaten.

- www.tageblatt.lu erreicht 55 % LSAP-, 50 % déi Lénk-, 37 % déi gréng-, 33 % CSV- und immerhin noch 31 % der DP-Kandidaten.

Die Zahlen zu den vor kurzem gestarteten Angeboten moien.lu und reporter.lu sind nicht sehr aussagekräftig, ein überwiegender Teil der Kandidaten kennen diese Angebote nicht.

Die Bedeutung von *Radio Lëtzebuerg*, *RTL Tële* und *100komma7*

Wenn man genauer fragt, welche Quellen die Kandidaten nutzen, um sich über die (national-)politische

Aktualität zu informieren, kommen andere Medien in den Blick.

Der zersplitterte Reigen der Tageszeitungen (alle Titel zusammen) dient dann noch 72 % der Kandidaten als „aktuelle“ Informationsquelle, die online-Ableger der Tageszeitungen werden nur von 45,5 % genutzt. Demgegenüber geben 79 % der Kandidaten an, dass sie sich von *RTL Radio Lëtzebuerg* über die nationalpolitische Aktualität informieren, 57 % nutzen *RTL Tële* (und 85 % – siehe oben – hatten angegeben, dass sie rtl.lu nutzen). 33 % der Kandidaten geben an, die Nachrichtensendungen von *100komma7* zu hören. Der Paperjam-Newsletter kommt in allen Parteien auf rund 25 % (nur bei déi Lénk liegt dieser Wert bei 8 %).

Fragt man nach der „Zufriedenheit“ über das Informationsangebot der drei Aktualitätsmedien *Radio Lëtzebuerg*, *RTL Tële* und *100komma7* ergibt sich ein weiter ausdifferenziertes Bild, das grob der politischen Orientierung der Kandidaten folgt:

- DP-Kandidaten finden *RTL Radio* gut und *RTL Tële* zufriedenstellend, *100komma7* dagegen unbefriedigend.

- CSV-Kandidaten finden *RTL Radio* gut, *RTL Tële* und *100komma7* zufriedenstellend.

- LSAP-Kandidaten finden alle drei Angebote nur zufriedenstellend.

- die Grünen finden *100komma7* gut, die Angebote von *RTL* nur zufriedenstellend.

- déi Lénk finden *100komma7* gut, *RTL Radio* zufriedenstellend und *RTL Tële* schlecht.

Die große und formatsübergreifende Bedeutung des Nachrichtenangebots von *RTL* wird offenbar mit gemischten Gefühlen aufgenommen (siehe auch weiter unten die Frage nach der Unabhängigkeit der Nachrichtenangebote). Auf die Frage, ob Luxemburg ein öffentliches Fernsehen benötigt, ist die Antwort aller Parteien eindeutig: 70 bis 80 % der Kandidaten antworten mit einem klaren „Ja“. Gegen einen solchen Vorschlag sind in der CSV nur 21 %, in der DP 15 %, bei der LSAP 14 %, bei den Grünen 9 % und bei déi Lénk sogar nur 2,5 %.

Wenig Vertrauen in die Unabhängigkeit der Medien

Die Unabhängigkeit der Medien wird insgesamt niedrig eingeschätzt. Hier bekommen *Land* und *100komma7* zwar von den Grünen und déi Lénk eine einigermaßen gute Note, das *Wort* wird von den CSV-Kandidaten als ausgesprochen unabhängig bewertet, und *woxx* wird von déi Lénk als unabhängige Stimme gesehen. Meinungen, die man selber teilt,

Die Zahlen zeigen, wie groß das Loch sein wird, das das Einstellen des DNF am Ende des Jahres reißen wird.

Auf die Frage, ob Luxemburg ein öffentliches Fernsehen benötigt, antworten in allen Parteien zwischen 70 und 80 % der Kandidaten mit einem klaren „Ja“.

scheinen auf eine unwiderstehliche Art unabhängig zu wirken... Ansonsten hält niemand irgend jemanden für irgendwie unabhängig (noch nicht einmal die DP-Kandidaten das *Journal* oder die LSAP-Kandidaten das *Tageblatt*, womit sie sich wahrscheinlich realistischer zeigen als ihre Kollegen von der CSV). Auch *Radio Lëtzebuerg* und *Télé Lëtzebuerg* bilden hier keine Ausnahme, das Vertrauen in ihre Unabhängigkeit ist generell niedrig.

Interessant für alle, die ein politisch aktives, luxemburgisches Publikum effizient ansprechen wollen, sind die Ergebnisse zu den Sprachpräferenzen. Deutsch steht bei den Kandidaten mit Abstand an erster Stelle (auf einer Skala von 1 bis 5 liegt es bei ca. 4,1 Punkten), danach kommt Luxemburgisch, dessen Beliebtheit bei rund 3,5 liegt, Französisch folgt mit ca. 3 und Englisch mit ca. 2 Punkten.

Echokammern?

Die Umfrage bestätigt, dass *RTL* und *Wort* weiterhin die größte Durchdringung nicht nur in der allgemeinen Bevölkerung, sondern auch bei allen politischen Kandidaten jedweder Partei haben. Insbesondere bei den CSV-Kandidaten muss man sogar davon ausgehen, dass gut zwei Drittel von ihnen wenig anderes konsumieren als *Wort* (inkl. wort.lu) bzw. *RTL* (plus rtl.lu) und ihr Bild von Luxemburg damit relativ einseitig gestrickt ist. Gemildert wird das vielleicht durch den Umstand, dass zumindest dem *Wort* auch außerhalb der CSV eine relativ hohe Qualität, wenn auch keine politische Ausgewogenheit, nachgesagt wird.

Die Dominanz von *Wort* und *RTL* gilt auch bei den DP-Kandidaten, die aber zumindest hin und wieder das *Journal*, *Tageblatt* und *Feierkrop* in die Hand nehmen.

Die Grünen lesen die Presse überraschend wenig und wenn dann gleichermaßen *Wort*, *Tageblatt*, *Lët. Land* und *Feierkrop*.

Die LSAP-Kommunalpolitiker lesen in erster Linie *Wort*, dicht gefolgt vom *Tageblatt* (jeweils um die 70 %).

Rund die Hälfte der Kandidaten in allen Parteien nutzen die Algorithmen von Facebook zur Auswahl ihrer tagespolitischen Informationen.

100komma7 hat als Alternative zu *RTL* sicherlich eine Zukunft. Gut dreiviertel der Teilnehmer an der Umfrage, quer durch alle Parteien, wünscht sich darüberhinaus auch ein staatliches Fernsehen als öffentliche Alternative zu *RTL Télé*.

Unter aktiven Politikern ist das Vertrauen in die Medien eher gering. ♦

* Selbstverständlich ist die Bedeutung der einzelner Medien nicht allein darauf zu reduzieren, ob sie von parteipolitisch aktiven Menschen konsultiert werden. Der direkte Kontakt über das Lesen/Hören ist nur ein Indikator unter vielen, an dem sich der politische Einfluss eines Presse- oder Medienprodukts festmachen lässt. Informationen, Meinungen und Analysen diffundieren zwischen und unter den Medien und der Gesellschaft und erreichen die politischen Akteure auf vielfältige, zumeist indirekte Weise.

Dieser Beitrag wurde gegenüber der im Heft gedruckten ursprünglichen Version an einer Stelle korrigiert: Im Zusammenhang mit der prozentualen Beteiligung der Mitglieder von *déi Lénk* hatte sich leider ein Fehler eingeschlichen.



NATURATA Bio Marché
Fair a kooperativ mat de Bio-Bauern

1 Rollingergrund
✓ Bio Marché
✓ Bio-Metzler Quintus

2 Merl
✓ Bio Marché

3 Munsbach
✓ Bio Marché
✓ Bio Boucherie
✓ Restaurant & Catering
✓ beauty & culture
Naturkosmetik, Geschenkartikel, Bücher, Haushaltswaren etc.

4 Erpeldange
✓ Bio Marché

5 Hupperdange
✓ Bio Haff Buttek

6 Dudeldange
✓ Bio Marché

7 Esch-Belval
✓ Bio Marché
✓ Bio@Home
Bestellung über Internet
www.bio-at-home.lu

8 Rollingen (Mersch)
✓ Bio Haff Buttek

9 Windhof
✓ Bio Haff Buttek

Goûtez le bio, goûtez la vie!

www.naturata.lu

Äre Spezialist fir Bio- an Demeter-Liewesmëttel