

1. Die Ausgewogenheit in der politischen Berichterstattung

Ausgewogenheit in der politischen Berichterstattung gehört zu den Leitprinzipien des Journalismus. Nicht zuletzt diejenigen, über die berichtet wird und die ganz besonders an einer möglichst breiten Medienpräsenz Interesse haben, nämlich die Vertreter der Parteien, monieren zuweilen – berechtigt oder unberechtigt – eine tendenziöse Berichterstattung in den Rundfunkmedien. Studien wie die vorliegende gehen diesen Vorwürfen mit einem empirischen Instrumentarium auf den Grund. Der Conseil National des Programmes hat in Zusammenarbeit mit dem Fach Medienwissenschaft der Universität Trier die Berichterstattung in Fernsehen und Hörfunk im Vorfeld der nationalen und europäischen Wahlen 2004 aufgezeichnet, auf der Basis eines wissenschaftlichen Modells ausgewertet und auf ihre Ausgewogenheit untersucht.

Ziel der täglichen Erhebung war, im Falle von möglichen Programmbeschwerden, umgehend reagieren zu können und nach Ende des Untersuchungszeitraumes einen ergänzenden Beitrag zur eher politikwissenschaftlich orientierten Wahlforschung zu leisten.

Die Resultate sind zunächst „nackte Zahlen“, die nur unter Berücksichtigung vieler verschiedener Faktoren der Nachrichtenselektion, der Mediendynamik und des Agenda-Settings bis ins letzte Detail interpretiert werden können. Medienpräsenz ergibt sich die für die Politiker aus verschiedenen Faktoren, beispielsweise Erreichbarkeit für die Medien oder die Fähigkeit, Ziele und Probleme knapp und pointiert zusammenfassen zu können. Im Rahmen einer rein quantitativen Untersuchung können jedoch keine weitergehenden Aussagen zur inhaltlichen Qualität der Beiträge getroffen werden. Dennoch wird im Folgenden versucht, auffällige Befunde näher zu beleuchten, zu erklären und einzuordnen. Eines sollte der Leser dabei stets berücksichtigen: Ausgewogenheit drückt sich nicht ausschließlich in statistischen Werten aus.

2. Methodische Vorbemerkungen

Die Untersuchung der Rundfunkberichterstattung im Vorfeld der Wahlen 2004 erfolgte nach der Methode der Inhaltsanalyse. Dank einer computergestützten Erhebung, können die Daten sekundengenau erfasst werden. Die Arbeit wurde von geschulten Kodierern mit Hilfe der Kodier-Software INTERACT auf der Basis eines individuell für das Projekt vordefinierten Ka-

tegorienschemas vorgenommen. Dieses Schema ermöglicht es - nach Auswertung der Daten - nicht nur quantitative Aussagen über die Medienpräsenz der Politiker, respektiv ihrer Parteien, in den Sendungen insgesamt zu treffen, sondern auch über die verschiedenen Beitragsarten (Information oder Unterhaltung), die Darstellungsformen und Sendungstypen. Außerdem können die in der wahlkampfrelevanten Berichterstattung behandelten Themengebiete erhoben werden und Rückschlüsse auf die Agenda während der Wahlkampfphase gezogen werden. Grundlage der Auswertungen, die in den vorliegenden Bericht eingeflossen sind, waren in der Zeitspanne vom 26. März bis 12. Juni 2004

- das abendliche RTL-Fernsehprogramm, d.h. täglich jeweils 2 Programmstunden, die gegebenenfalls um Wahlsondersendungen ergänzt wurden.
- die RTL Radio Lëtzebuerg Nachrichtensendungen „Journal“, aufgezeichnet jeweils um 7.30 Uhr, 12.30 Uhr und 18.30 Uhr. Samstags wurden die Aufzeichnungen um die gesamte Mittagszeit 11.55 Uhr bis 13.10 Uhr erweitert.
- Das Nachrichtenmagazin „Panorama“ von „Honnert,7“ um 7 Uhr, 12 Uhr und 18 Uhr. Samstags wird die Stunde 12 Uhr bis 13 Uhr vollständig aufgezeichnet und sonntags die Nachrichtensendungen um 9 Uhr und 18 Uhr.
- die Nachrichtensendungen von DNR jeweils um 7 Uhr, 12 Uhr, 18 Uhr.

Im Bereich Hörfunk wurden Sendestrecken ausgewählt, die erstens in besonders reichweitenstarken Phasen liegen (Morgen, Mittag, Abend) und gleichzeitig besonders informationsbetont gestaltet sind. Das Programm von DNR wurde zusätzlich nur in zufällig bestimmten Segmenten ausgewertet und stichprobenartig als Vergleich zu den Sendern mit öffentlichem Auftrag hinzugezogen.

3. Auswertung und Befunde der Untersuchung

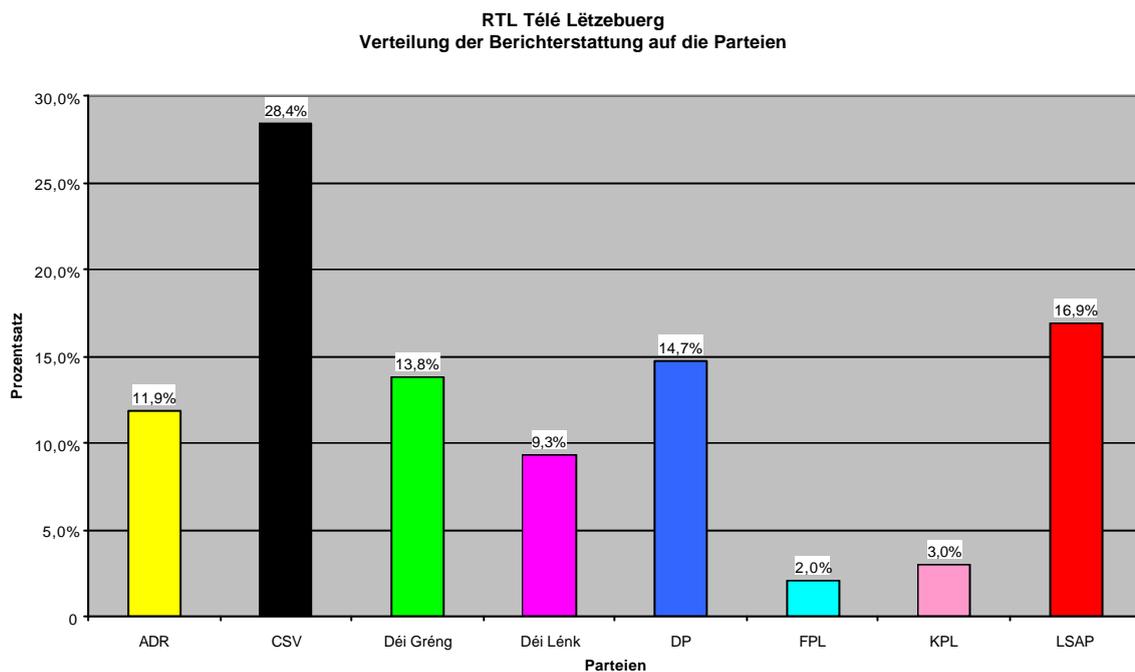
3.1 Die Berichterstattung von RTL Lëtzebuerg im Vorfeld der Wahlen

RTL Télé Lëtzebuerg

Prozentual¹ betrachtet, wird der Regierungspartei CSV mit 28,4 Prozent die meiste Aufmerksamkeit zuteil. Es folgen die LSAP mit 16,9 Prozent und der damalige Koalitionspartner DP mit 14,7 Prozent. Eine vergleichsweise hohe Fernsehpräsenz geht auch auf das Konto der Grünen (13,8 Prozent), noch vor dem rechts-konservativen ADR (11,9 Prozent). Die kleine,

¹ Die Prozentwerte beziehen sich immer auf den prozentualen Anteil der Berichterstattung über Kandidaten bzw. ihre Parteien an der Gesamtberichterstattung über Kandidaten und Parteien.

neugegründete Partei FPL, die nur im Wahlbezirk Norden kandidierte, kommt auf 2 Prozent, hinter der KPL mit 3 Prozent. Betrachtet man nur die Nachrichtensendung „Journal“ kommt es zu Verschiebungen im Ranking. CSV (28,5 Prozent), LSAP (20,6 Prozent) und DP (14,4 Prozent) belegen zwar ebenfalls die ersten drei Plätze, auf Platz Vier befinden sich aber Déi Lénk mit 12,2 Prozent. Die Grünen nehmen 10,3 Prozent der Berichte über Parteien im RTL-Journal ein, ADR 10,1 Prozent, KPL 3,7 Prozent und FPL 0,2 Prozent.



Im Hinblick auf das Gesamtprogramm von RTL Télé Lëtzebuerg haben die Auswertungen der Kandidatenauftritte folgendes ergeben: Jean-Claude Juncker führt die Kandidatenskala deutlich an, mit 15,7 Prozent der Kandidatenpräsenz, gefolgt von LSAP-Spitzenkandidat Jean Asselborn (9,7 Prozent). Bemerkenswert ist, dass François Bausch als Spitzenkandidat der Grünen im Bezirk Zentrum öfter im RTL Fernsehprogramm vorkommt (8,8 Prozent) als die DP-Spitzenkandidatin und damalige Außenministerin Lydie Polfer (7,6 Prozent). Zählt man jedoch die Anzahl der Auftritte, so sind Asselborn und Bausch neunmal Objekt der Berichterstattung, Polfer ist jedoch insgesamt zehnmals in unterschiedlicher Länge auf dem Bildschirm zu sehen. Es muss offen bleiben, ob kurze, wiederholte Interventionen beim Zuschauer und Wähler nicht einen nachhaltigeren Eindruck hinterlassen als wenige, längere Statements.

Unter den zehn Kandidaten mit der größten Präsenz auf RTL Télé sind ausschließlich Personen, die an den Sondersendungen „Face à Face“ und „Préifstand“ teilgenommen haben. Richtet man den Interessensfokus auf die Nachrichtensendung „Journal“, zeigt sich ein

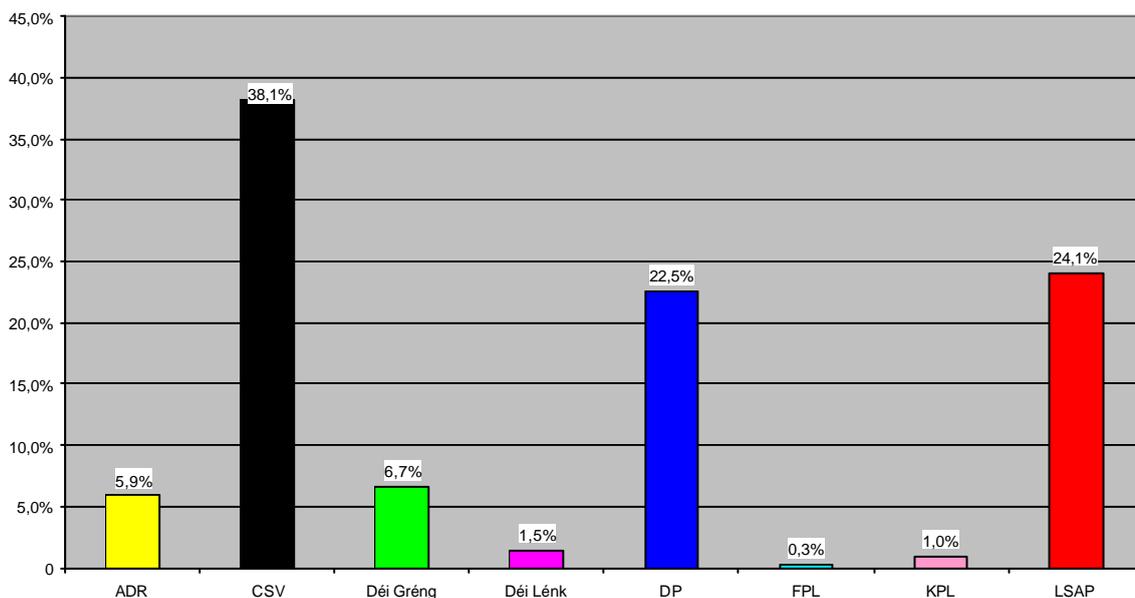
anderes Bild: Juncker ist zwar nach wie vor auf Platz eins, allerdings nur noch mit 11,9 Prozent und knapp vor der linken Kandidatin Marie-Thérèse Gorza (11,8 Prozent), dem ehemaligen Gesundheitsminister Carlo Wagner (11,3 Prozent) und Lucien Lux von der LSAP (11 Prozent). Weiter sind unter den zehn ersten vertreten: Aly Jaerling (8,3 Prozent), Karin Manderscheid (8,3 Prozent), Paul Henri-Meyers (6 Prozent), Luc Frieden (5 Prozent), Gilbert Simonelli (KPL, 4,2 Prozent) und schließlich Jean Asselborn mit 2,6 Prozent.

Thematisch entfallen 67,2 Prozent der wahlrelevanten Berichterstattung auf das politische Tagesgeschehen, d.h. Berichte über aktuelle politische Entscheidungsprozesse, die zu der Zeit im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses standen. Alle anderen Themen liegen unter 10 Prozent. Soziales/Armut/Rente und Schule/Bildung sind weitere Themen, die das RTL Fernsehen im Wahlkampf auf die Agenda setzt.

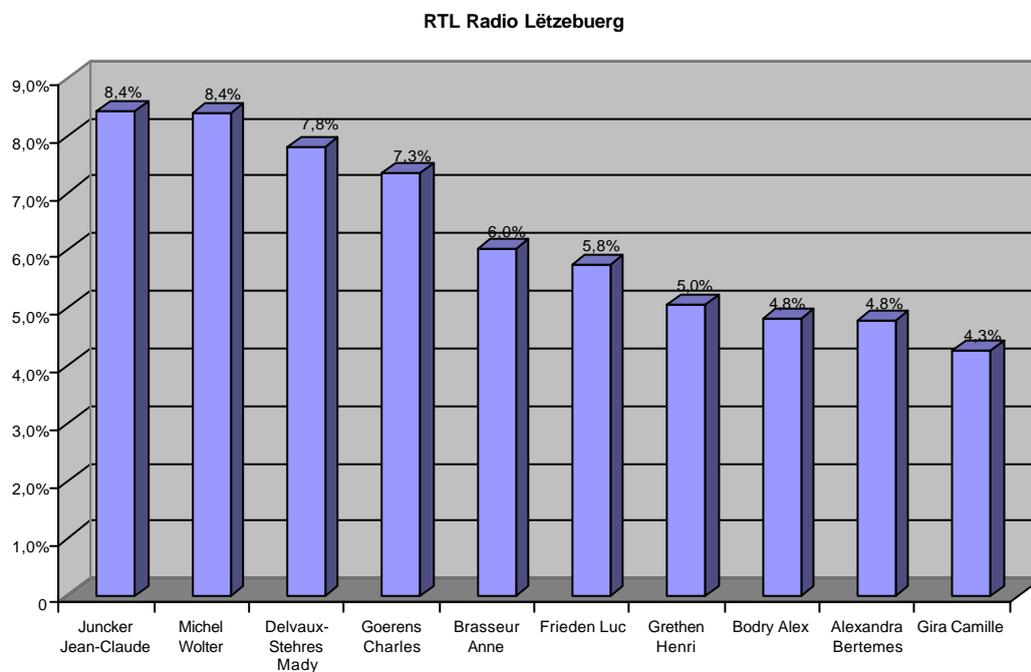
RTL Radio Lëtzebuerg

In den Nachrichtensendungen von RTL Radio Lëtzebuerg ist die Präsenz der CSV besonders ausgeprägt (38,7 Prozent). Anschließend kommen die LSAP mit 24,1 Prozent und die DP mit 22,5 Prozent. Die Grünen laufen auch im Radio der vor den Wahlen im Juni 2004 fünfstärkste Partei ADR den Rang ab. Auch hier lohnt sich ein Blick auf die Zahl der Auftritte: Die CSV ist einzeln gezählt Gegenstand von 21 Berichten, und ist auf RTL Radio somit am häufigsten präsent, die DP verzeichnet 16 „Auftritte“, die LSAP 15, ADR 8, die Grünen 5, Déi Lénk 3 und FPL und KPL jeweils einen.

RTL Radio Lëtzebuerg
Verteilung der Berichterstattung auf die Parteien in den Journal-Sendungen



Staatsminister Jean-Claude Juncker ist mit 8,4 Prozent der Berichterstattung über Wahlkandidaten genauso lang Objekt der Berichterstattung im „Journal“ wie Innenminister Michel Wolter. Es folgen die LSAP-Politikerin Mady Delvaux-Stehres, der Minister für Umwelt, Kooperation und Verteidigung Charles Goerens (DP), die Unterrichtsministerin Anne Brasseur (DP), Justizminister Luc Frieden und Wirtschafts- und Transportminister Henri Grethen. Unter den ersten Zehn befinden sich ebenfalls Alex Bodry (LSAP) und die weniger bekannte Alexandra Bertemes (CSV) sowie der grüne Spitzenpolitiker Camille Gira. Am Beispiel der Kandidatin Bertemes zeigt sich wie jemandem mit einem einzigen längeren , in diesem Fall fünfeinhalbminütigen Bericht, annähernd soviel Gesamtsendezeit zuteil wird wie einem Spitzenpolitiker.



Am häufigsten widmeten sich die Hörfunkjournalisten der Person Juncker (10 Mal). Luc Frieden und Henri Grethen tauchen beide insgesamt 7 Mal in der Berichterstattung auf. Mady Delvaux-Stehres war hingegen nur zweimal präsent, obwohl sie insgesamt mehr Sendezeit auf sich vereint als die beiden Regierungsmitglieder Frieden und Grethen.

Das Themenspektrum auf RTL Radio ist sehr breitgefächert. Wenngleich 30,2 Prozent auf das politische Tagesgeschäft entfallen, so spielen auch die Themen Wirtschaft/Arbeit (23 Prozent), Ökologie/Umwelt (10,9 Prozent), Schule/Bildung (10,8 Prozent) und Soziales/Armut/Rente (9,0 Prozent) eine Rolle.

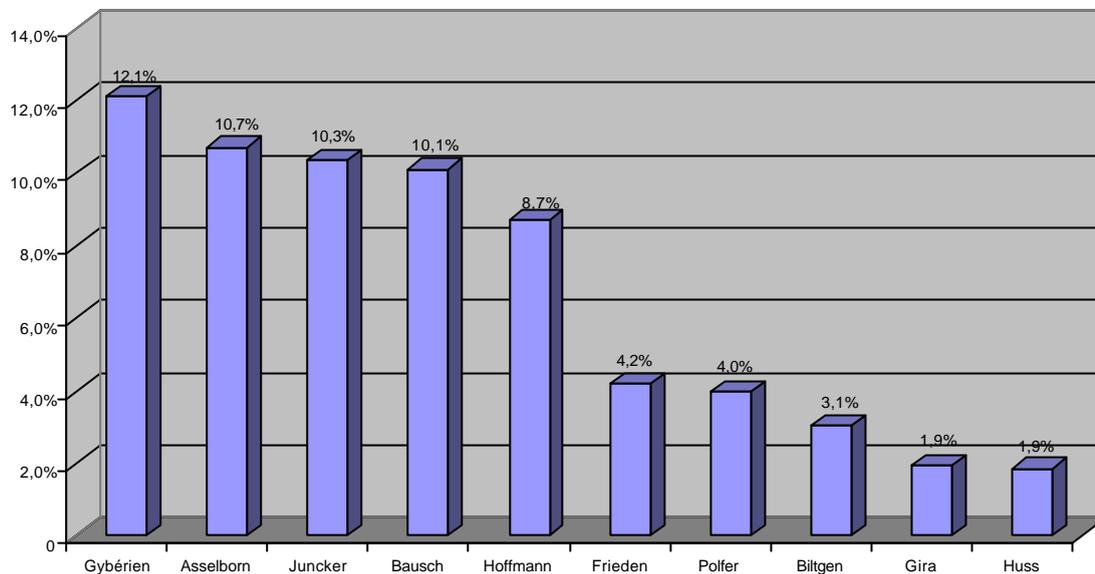
3.2 Die Berichterstattung im öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramm „Honnert,7“

24,4 Prozent der Berichterstattung über Parteien und Kandidaten entfallen auf die CSV. Stark repräsentiert sind außerdem die LSAP (18,6 Prozent) und die Grünen (17,5 Prozent). Der damalige Koalitionspartner DP (10,5 Prozent) liegt noch hinter Déi Lénk (12,9 Prozent), der schwächsten Fraktion in der letzten Legislaturperiode. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass in dem Untersuchungszeitraum alle Parlamentsfraktionen außer der Demokratischen Partei in der Sendung „Riicht eraus“ Gast waren. Zählt man wiederum die Beiträge, in denen die DP vorkommen, so liegt sie mit 29 Beiträgen weit vor Déi Lénk. Die LSAP mit 32 Beiträgen und die CSV mit 39 Beiträgen im Programm von 100,7 repräsentiert. Hier zeigt sich deutlich, wie sehr eine einzige Sendung sich auf das Zeitkonto einer Partei niederschlägt. Auch hier muss betont werden, dass die Summe der Minuten nicht alles über die Ausgewogenheiten der Berichterstattung sagt.

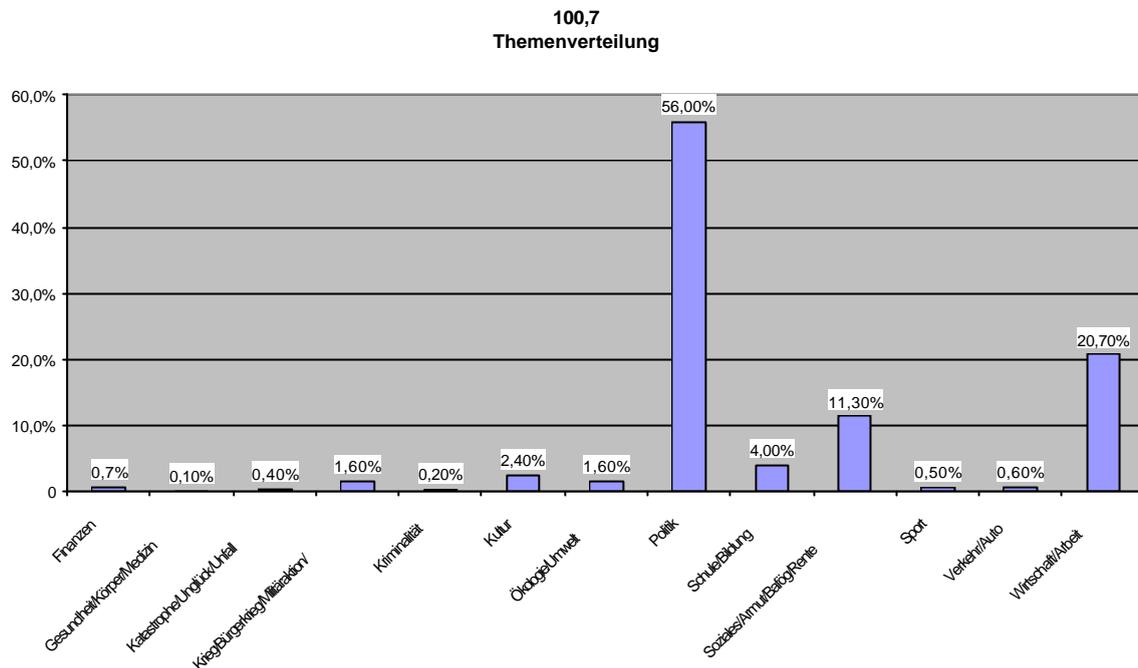
Unter den Kandidaten vereint der ADR-Spitzenkandidat Gast Gybérien die längste Sendezeit auf sich (12,1 Prozent). An zweiter Stelle steht Jean Asselborn mit 10,7 Prozent, gefolgt von Jean-Claude Juncker (10,3 Prozent) und dem Grünen François Bausch (10,1 Prozent). Verhältnismäßig viel Zeit widmet „Honnert,7“ dem linken Politiker und Escher Schöffenrat André Hoffmann. Justizminister Frieden ist auf Platz 6 und die damalige Außenministerin Polfer auf Platz 7 positioniert, gefolgt von François Biltgen, Camille Gira und Jean Huss.

Betrachtet man die Zahl der Auftritte, so ist erneut Regierungschef Jean-Claude Juncker „Spitzenreiter“ (26 Mal), gefolgt von Lydie Polfer (17 Mal), Jean Asselborn (16 Mal) und François Biltgen (14 Mal).

Honnert,7
Verteilung der Berichterstattung auf die Kandidaten
Top 10



Thematisch orientiert sich „Honnert,7“ überwiegend am aktuellen politischen Tagesgeschäft (56 Prozent); außerdem an Wirtschaft/Arbeit (20,7 Prozent), Sozialem/Armut/Rente (11,3 Prozent) und Schule/Bildung (4 Prozent). Dem Thema Kultur räumt „Honnert,7“ von allen Sendern im Zusammenhang mit dem Wahlkampf den meisten Platz ein, wenn auch nur mit 2,4 Prozent der erhobenen Berichterstattung. Das Thema Ökologie/Umwelt kommt trotz der prozentual hohen Präsenz der Grünen in nur 1,6 Prozent der Partei- und Kandidatenberichterstattung vor.



3.4 Die Berichterstattung im kommerziellen Hörfunkprogramm DNR

Das Format des privaten Radios DNR ist stark service- und unterhaltungsorientiert. Mit nur rund einem Viertel Wortanteil² setzen die Macher auf eine musikbasierte Mischung. DNR bestreitet sein Informationsangebot nahezu ausschließlich über Nachrichten. Daher ist das Volumen an politischer Berichterstattung auch kleiner als bei RTL und 100,7. Die tägliche Berichterstattung über Parteien und ihre Kandidaten innerhalb der Nachrichten übersteigt in der Wahlkampfzeit in der Regel nur knapp die 5 Minuten. Auch in der heißen Phase Anfang Juni wird der Umfang an nationaler Politik nicht größer: 2 Minuten 46 Sekunden am 4. Juni und 1 Minute 20 Sekunden am darauffolgenden Tag. Kurz vor den Wahlen nimmt der Umfang sogar noch ab: 1 Minute 40 Sekunden am 10. Juni; 1 Minute 31 Sekunden am 11. Juni. Zum Vergleich: RTL bringt am 10. Juni 24 Minuten 4 Sekunden wahlkampfrelevante Berichterstattung, „Honnert,7“ 8 Minuten 45 Sekunden. Erwähnt sei an dieser Stelle dennoch die Sendung „Kandidat vom Dag“, in der politische Newcomer und weniger bekannte Kandidaten täglich zu Wort kamen, deren Ausstrahlung allerdings nicht in den Aufzeichnungsabschnitt der Studie gefallen ist.

² Vgl. Barth, Christof/Bucher, Hans-Jürgen: Bericht zur Programmanalyse von Funkmedien im Großherzogtum, Trier 2003, S. 10.

An 11 von 14 Stichtagen³ strahlt DNR Beiträge aus, in denen Mitglieder der christlich-sozialen Partei vorkommen. Die LSAP ist 7 Mal, die Grünen 5 Mal, die DP 3 Mal, das ADR lediglich einmal vertreten. Betrachtet man die selben Tage bei anderen Sendern ergibt sich folgendes Bild: RTL Radio Lëtzebuerg hat die CSV an 10 Stichtagen im Programm, die DP an 12, die LSAP an 11, das ADR an 8, die Grünen an 6, Déi Lénk an 2 und die KPL an einem.

„Honnert, 7“ widmet sich an 11 von 14 Stichtagen gleichgewichtig sowohl der CSV als auch der LSAP und den Grünen. Das ADR ist an 8 Stichtagen im Sozio-Kulturellen Radio vertreten, die DP an 7, Déi Lénk an 5 und die KPL an einem Stichtag.

Fazit

Ausgewogenheit heißt nicht Gleichgewicht. Unvorhersehbare Ereignisse, die zum Tagesgeschäft im Journalismus gehören, können einzelne Parteien kurzfristig in den Mittelpunkt setzen. In Wahlkampfzeiten werden konfligierende Anforderungen an die Medien gestellt, nämlich einerseits den sich im Wahlkampf befindenden Kandidaten gleichberechtigt ein Forum zu bieten und andererseits angemessen über die laufenden Aktivitäten der Parteien sowie über die Regierungsarbeit zu berichten. Ein und die selbe Person des öffentlichen Lebens kann jedoch mehrere Funktionen inne haben - Regierungsmitglied, Parteivorsitzender, Vertreter von Gewerkschaften und Berufsständen und schließlich Wahlkandidat. Durch die Anhäufung der politischen Rollen werden die Chancen auf Medienpräsenz somit automatisch erhöht.

Die Auswertung hat gezeigt, dass es einerseits eine Rangfolge in der Medienzuhwendung gibt. Andererseits zeigt die Auswertung auch, dass sich die Rangfolgen je nach betrachtetem Auswertungsaspekt (Dauer, Anzahl) verändern. Verstöße der Medienanbieter gegen die Auflagen der Lizenzgeber konnten nicht festgestellt werden. Vielmehr sollten die Befunde dieser Studie für die politischen Parteien zum Anlass genommen werden, die eigene Medienstrategie auf Stärken und Schwächen hin abzuklopfen.

Luxemburg und Trier, im Herbst 2004

³ 6. Mai 2004; 10. Mai 2004; 12. Mai 2004; 13. Mai 2004; 17. Mai 2004; 18. Mai 2004 ; 19. Mai 2004 ; 29. Mai 2004 ; 4. Juni 2004 ; 5. Juni 2004 ; 7. Juni 2004 ; 9. Juni 2004 ; 10. Juni 2004 ; 11. Juni 2004.