



# **Medienbeobachtung 2010 in Luxemburg**

## **Frauenpräsenz in den Nachrichten**

**Luxemburg 2011**

## Inhaltsübersicht

Inhaltsübersicht .....	2
1. Hintergrund.....	3
2. Methode.....	4
3. Auswahl der analysierten Medien.....	4
Tab.1: Untersuchte Medien am 11. November 2010 .....	5
Abb.1: Verteilung der untersuchten Beiträge auf die Medien.....	5
4. Auswertungsergebnisse im Gesamtüberblick.....	6
Abb.2: Frauen und Männer in den untersuchten Beiträgen .....	6
5. Themenspektrum in der Reichweite .....	7
Abb.3: Themenbereiche der untersuchten Beiträge .....	7
Abb.4: Reichweite der untersuchten Beiträge.....	9
6. Beruf und Funktion der genannten Personen .....	10
Abb.5: Regierungsmitglieder / PolitikerInnen in den Beiträgen .....	10
7. Frauen im Mittelpunkt der Nachrichten.....	12
Abb.6: Personen als Gegenstand der Beiträge.....	13
8. Familienverhältnisse .....	13
9. Frauen als Opfer und Überlebende .....	14
Tab.2: Opfer in den untersuchten Beiträgen.....	14
Tab.3: Überlebende in den untersuchten Beiträgen.....	14
10. Frauen und Männer als Medienschaffende .....	15
11. Geschlechterstereotype.....	15
12. Fazit aus der luxemburgischen Erhebung .....	16

## 1. Hintergrund

Fünfzehn Jahre nach der Weltfrauenkonferenz 1995 in Peking über das „Bild der Frau in den Medien“ hat die *World Christian Association for Christian Communication* (WACC) 2010 einen vierten Bericht zum „Global Media Monitoring Project“ (GMMP) vorgelegt. Die Koordination erfolgte in Zusammenarbeit mit *Data Analyst Media Monitoring Afrika* und mit Unterstützung des *United Nations Development Fund for Women*. Das GMMP ist die größte und längste Langzeitstudie zu frauenpolitischen Aspekten in allen Nachrichtenmedien der Welt. Die in 108 Ländern erhobenen Daten wurden in globale Schlüsselprozesse und in das Gipfeltreffen der *Vereinten Nationen* mit der Absicht eingebracht, anhand der neuen Bestandsaufnahme den Erfolg der Millenniumsziele aus dem Jahr 2000 zu überprüfen. Dies galt insbesondere im Blick auf einen Anstieg des Frauenanteils auf der Entscheidungs- und Führungsebene, zumal in der Aktionsplattform zur Weltfrauenkonferenz diese Forderung besonders hervorgehoben wurde.<sup>1</sup>

Am Stichtag 10. November 2009 untersuchten weltweit Gruppen von Freiwilligen, wie häufig Männer und Frauen in den Nachrichten von Hörfunk, Fernsehen, Print und Online-Diensten ihres Landes vorkamen, wie sie dargestellt wurden und wer diese Bilder produzierte. Die Ergebnisse der Untersuchung wirken ernüchternd: Nur 24 % der genannten Personen sind weiblich. Zwar war der Anteil der namentlich erwähnten Frauen international von 17% im Jahr 1995 innerhalb eines Jahrzehnts auf 21 % (2005) angestiegen, aber in den letzten fünf Jahren hat es nur geringe Fortschritte gegeben. Sollte es in diesem langsamen Tempo weitergehen, so braucht es noch 43 Jahre, bis die Präsenz von Frauen in den Nachrichten ihrem Anteil an der Weltbevölkerung entspricht.

Da sich Luxemburg an den bisherigen Studien „Who makes the News“<sup>2</sup> bisher nicht beteiligt hatte, entschloss sich die *Nationale Frauenrat (CNFL)*, unter dem Vorsitz des CID-Femmes, zu einer nachträglichen Erhebung der Datenlage. Genau ein Jahr nach dem vierten GMMP startete am 11. November 2010 das Monitoring der luxemburgischen Medien. Die inzwischen vorliegenden Befunde mit einem Frauenanteil von 24,8 % zeigen gegenwärtig kaum Unterschiede zu anderen Ländern auf. Die ermittelten Zahlen zur Präsenz der Frauen in den Nachrichten entsprechen weitgehend den internationalen Ergebnissen.

---

<sup>1</sup> Vgl. Bericht der Vierten Weltfrauenkonferenz, Anlage II: Aktionsplattform, Kapitel IV: Strategische Ziele und Maßnahmen, J.: Frauen und die Medien.

<sup>2</sup> Who makes the News, GMMP-Projekt 2010, [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

## 2. Methode

Der Untersuchung nach dem Vorbild der GMMP ging ein Einführungsseminar zur anzuwendenden Methode voraus. Geleitet wurde es von Birgitta M. Schulte vom deutschen Journalistinnenbund<sup>3</sup>, der seit 1995 für die Koordination und Auswertung der Daten für Deutschland zuständig ist. Mit Hilfe dieser Schulung wurden die teilnehmenden Frauen mit der gendersensiblen Fragestellung vertraut gemacht. Dem Kreis gehörten mehrere Journalistinnen, Lehrerinnen, kommunale Gleichstellungsbeauftragte, Mitarbeiterinnen in Frauenorganisationen und aus einer Ausländerorganisation sowie eine Historikerin an.

Die Analyse am Stichtag orientierte sich an den einheitlichen GMMP-Kriterien. Untersucht wurden sieben vom Nationalen Frauenrat vorgeschlagene Tageszeitungen, darunter zwei Gratis-Erzeugnisse. Hinzu kamen vier führende Online-Dienste. Drei Hörfunksendungen sowie die TV-Hauptnachrichtensendung von RTL rundeten das Untersuchungsspektrum ab.

## 3. Auswahl der analysierten Medien

Luxemburg hat eine vielfältige Presselandschaft. Zu den auflagenstärksten Printmedien gehören die zwei Tageszeitungen *Luxemburger Wort* und das *Tageblatt*, gefolgt vom *Lëtzeburger Journal* sowie der Zeitung vom *Lëtzeburger Vollek (ZLV)*. Sie erscheinen überwiegend in deutscher Schriftsprache. Sie erhalten aber auch Berichte und Meldungen auf Französisch und Luxemburgisch. Seit einigen Jahren gibt es zudem rein französischsprachige Zeitungen wie die Tageszeitungen *La Voix du Luxembourg* sowie die Gratis-Zeitungen *L'Essentiel* und *Point 24*<sup>4</sup>. Die primäre Zielgruppe der beiden Gratiserzeugnisse sind MigrantInnen mit Französisch als Mutter- oder Fremdsprache und mit unzureichenden Deutschkenntnissen. Zum Lesepublikum gehören auch die BerufspendlerInnen aus den Nachbarländern.

Insgesamt betrachtet werden die Beiträge in den Printmedien mehrheitlich auf Deutsch veröffentlicht. Zu den bekanntesten Online-Diensten zählen *wort.lu*, *rtl.lu*, *news352.lu* und *tageblatt.lu*, die im Laufe des Tages das aktuelle Nachrichtenangebot ständig erweitern. Das Nachrichtenportal von *RTL Lëtzebuerg* ist komplett auf Luxemburgisch. Zum Hörfunksender *RTL Radio Lëtzebuerg* kamen im Lauf der Zeit neue Sender hinzu. Dazu gehören z.B. *Radio Latina* sowie seit 1993 *radio 100,7* mit einem öffentlich-rechtlichen und kulturellen Programmauftrag. Der Privatsender *RTL Télé Lëtzebuerg* ist der Marktführer in Luxemburg.<sup>5</sup> Nach der Luxemburger Medien-Analyse von 2009 liegt zwar das luxemburgische RTL klar in Führung, aber daneben erfreuen sich bei den Zuschauenden das deutsche RTL, die Programme von ARD und ZDF sowie von Pro 7 ebenfalls großer Beliebtheit.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup>Präsenz von Frauen in den Nachrichten. Medienbeobachtungen 2005. Veröffentlichung des Journalistinnenbundes e.V., Bonn 2006, 50 S. ISBN 3-00-016904-0

<sup>4</sup> Die ebenfalls französischsprachige Zeitung *Le Quotidien* konnte leider nicht in die Untersuchung einbezogen werden.

<sup>5</sup> Vgl. [de.wikipedia.org/wiki/Luxemburg](http://de.wikipedia.org/wiki/Luxemburg)

<sup>6</sup> Vgl. [wort.lu/wort/web/letzebuerg/artikel/33351/die-luxemburger-und-das-deutsche-fernsehen.php](http://wort.lu/wort/web/letzebuerg/artikel/33351/die-luxemburger-und-das-deutsche-fernsehen.php)

**Tab.1: Untersuchte Medien am 11. November 2010****Zeitungen**

Luxemburger Wort ( LW)  
 Tageblatt  
 Lëtzebuerg Journal  
 Zeitung vum Lëtzebuerg Vollek (ZLV)  
 Point 24 (Gratiszeitung)  
 L'Essentiel (Gratiszeitung)  
 La Voix du Luxembourg

**Online**

wort.lu 18.15 Uhr  
 tageblatt.lu 19.00 Uhr  
 RTL.lu 18.25 Uhr  
 News352.lu 18.30 Uhr

**Radio**

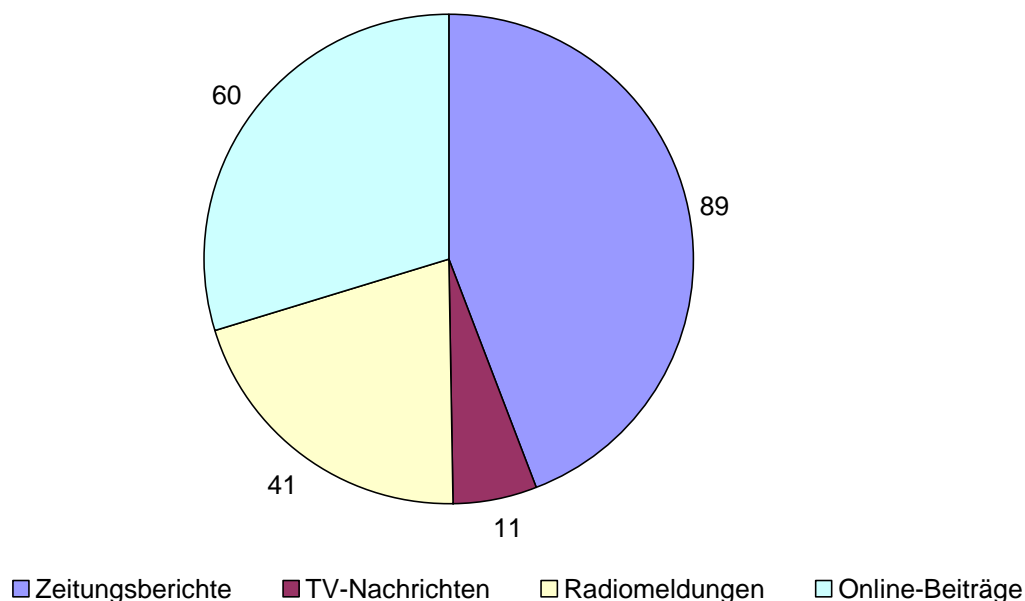
RTL 18.30 Uhr  
 100,7 18.00 Uhr  
 Radio Latina 08.30 Uhr

**Fernsehen**

RTL Télé Lëtzebuerg 19.30 Uhr

Aus den gewählten Medien waren 10-12 Themen möglichst von der Titelseite der Printprodukte zu erfassen und anzugeben, wie viele Männer und Frauen entweder als BerichtersterInnen/JournalistInnen oder als Nachrichtensubjekte vorkamen und ob sie zusätzlich zitiert und/oder auf einem Foto abgebildet waren. Über die jeweilige Story hinaus musste auch ihre Reichweite ermittelt werden. Allein für die einzelnen Themenbereiche standen 52 Kategorien zur Auswahl. Alle Eintragungen erfolgten in Erhebungsbögen, die bis zu 21 Spalten umfassten.

Am Stichtag wurden 201 Beiträge ausgewertet, darunter 89 Zeitungsberichte, 11 TV-Nachrichten, 41 Radiomeldungen und 60 Online-Beiträge.

**Abb.1: Verteilung der untersuchten Beiträge auf die Medien**

#### 4. Auswertungsergebnisse im Gesamtüberblick

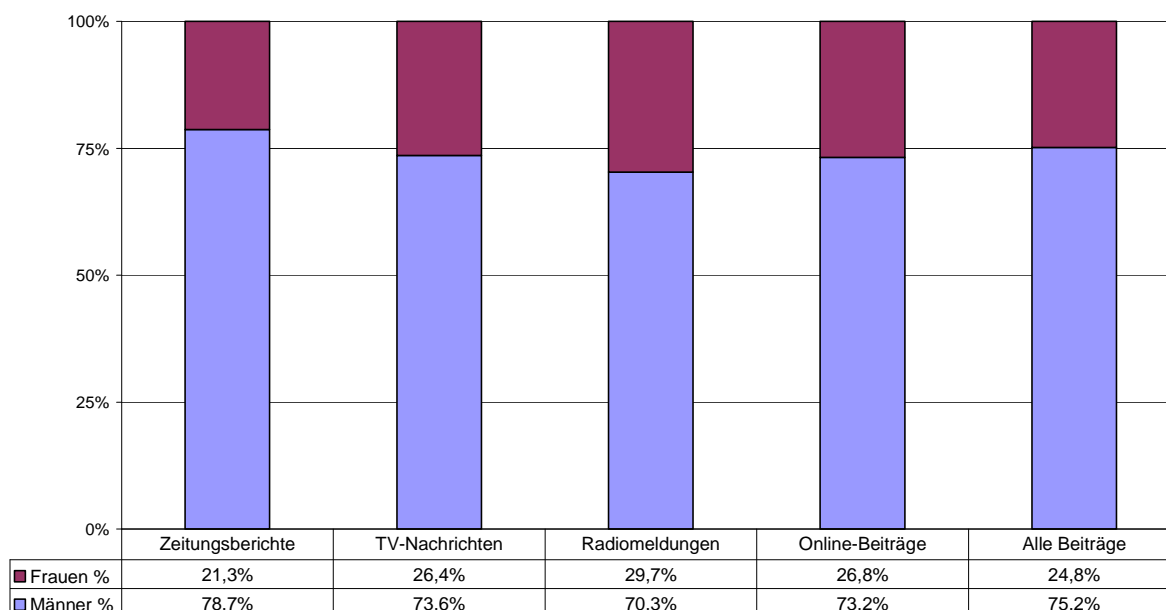
In den 201 Beiträgen wurde über 353 männliche und 86 weibliche Personen nachrichtlich berichtet. Abgesehen davon, dass in einigen Erhebungsbögen wiederholt Angaben über das Geschlecht fehlten, weil es auf kleineren Fotos nicht genau zu erkennen war, ließ sich dennoch ein Frauenanteil von **19,59 % in der nachrichtlichen Erwähnung** errechnen.<sup>7</sup>

In den Zeitungen kamen neben 172 Männern nur 39 Frauen vor (18,5%). Dabei verzichtete die *Zeitung vom Lëtzebuurger Vollek* durchgehend auf eine Erwähnung von Frauen<sup>8</sup>. Im Fernsehen übertrafen 22 Männer zu zwei Drittel 7 Frauen. Wenn auch in den Hörfunknachrichten nur 7 Frauen gegenüber 48 Männern zu erkennen waren, so darf dabei nicht außer Acht gelassen werden, dass die Nachrichten bei *Radio Latina* ebenfalls total frauenfrei waren. Im Online Bereich erreichten die 33 Frauen mit 23% eine ähnliche Sichtbarkeit in den Beiträgen, wie bei der TV-Stichprobe (24%).

Nimmt man nun aber die Medienschaffenden hinzu, so ergibt sich daraus ein höherer weiblicher Anteil, der sich positiv auf die Frauenpräsenz auswirkt.

**Abb.2: Frauen und Männer in den untersuchten Beiträgen**

(sowohl als Gegenstand der Meldungen, als auch als JournalistInnen, ReporterInnen)



Wie die Abbildung zeigt, ähneln diese Befunde dem international errechneten Ergebnis. Vergleichsweise stiegen im Verlauf der letzten fünf Jahre auch in Deutschland die Werte von 21 % auf 24 % an.<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Alle luxemburgischen Datensätze wurden mit Hilfe von Excel und Microsoft Query ausgewertet. Geringe Eingabefehler in den Erhebungsbögen waren nicht ganz auszuschließen; sie dürften aber kaum Einfluss auf die prozentualen Berechnungen zu den einzelnen Kategorien genommen und somit das Endergebnis auch nicht verfälscht haben.

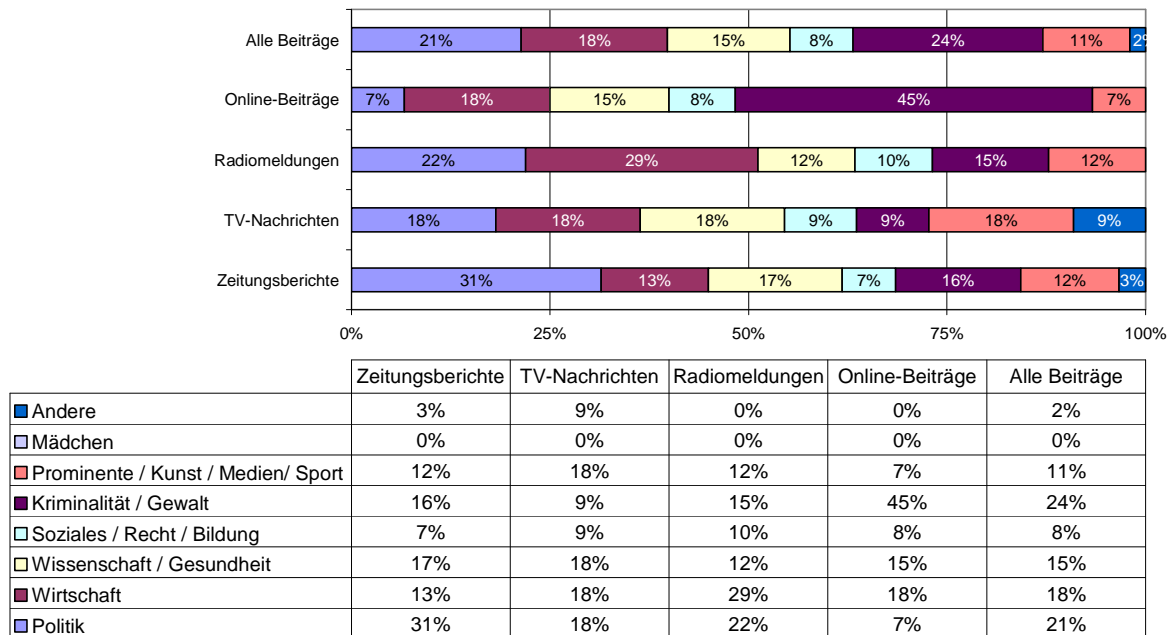
<sup>8</sup> Von den erwähnten Personen waren 58,8% männlich; zu 41,2% war kein Geschlecht zu ermitteln.

<sup>9</sup> Siehe dazu auch Abschnitt 10: „Frauen und Männer als Medienschaffende“

## 5. Themenspektrum in der Reichweite

Die Stichtaguntersuchung nach den Vorgaben des GMMP bezog sich auf einen ganz normalen Tag, der nicht mit nationalen oder internationalen Ereignissen kollidieren sollte. Unabhängig davon haben Frauen am 11. November 2010 für keine Hauptschlagzeile gesorgt.

**Abb.3: Themenbereiche der untersuchten Beiträge**



Ein Blick auf die allgemeine Finanzsituation in Luxemburg sowie auf den Arbeitsmarkt konnte bei der Themenwahl nicht ausbleiben und beschäftigte die Medien. Im Themenspektrum dominierte allerdings das Gesundheitswesen mit einer beabsichtigten Erhöhung der Krankenkassenbeiträge. Kein Medium verzichtete auf das zentrale Thema. Selbst das portugiesische Programm von *Radio Latina* ließ es sich nicht entgehen, die Auswirkungen der beabsichtigten Gesundheitsreform näher unter die Lupe zu nehmen. Überall wurde detailliert aufgezählt, welche Regierungsmitglieder, Ärzte und Gewerkschafter beim Austausch der Argumente miteinander im Streit liegen. Lang war die Liste der daran beteiligten Männer. Abgesehen von einer Landwirtschaftskammer-Vertreterin und einer Kommissionssprecherin, die sich aktiv in die Diskussion einmischten, wurde in diesem Zusammenhang keine Frau für erwähnenswert gehalten. Am ausführlichsten gingen die Tageszeitungen und die Online-Dienste auf dieses Thema ein.

Dem Gesundheitswesen waren 15 % aller Beiträge gewidmet. Bei *RTL-TV* waren es sogar 18 %. Zum Themenbereich ‚Gesundheit / Wissenschaft‘ gehörten auch neue Forschungen zur Krebsbehandlung, die breite Aufmerksamkeit erregten. Bekannte und mit Foto abgebildete Gynäkologen nahmen dazu in mehreren Zeitungen Stellung. Sie waren aber auch mit wörtlichen Zitaten im Radio zu hören und im Fernsehen im Bild zu sehen. Vom Brustkrebs betroffene Frauen traten nur als Behandlungs-Subjekt in Erscheinung. Innerhalb einer Fotostrecke fiel online das kopflose Brustbild einer Patientin mit BH besonders auf. Sie hält sich die Brust zu und vor ihr steht ein Mann, der die Aufnahme einer Mammografie betrachtet. Ein Beispiel, das die stereotype Darstellung besonders deutlich zum Ausdruck bringt.

Im Zusammenhang mit den Berichten und Meldungen auf den Seiten 1 und 2 der Zeitungen wurde eine Vielzahl von Fotos gesichtet. In die Bewertung wurden sie nur dann einbezogen wenn sie direkt Bezug zu den namentlich genannten Personen nahmen. Viele Abbildungen nicht identifizierbarer Gesichter und Gestalten dienten den Online-Diensten in erster Linie der Dekoration ihrer News.

Im Radio führten mit 29 % Themen zur gegenwärtigen Wirtschaftspolitik und -krise die Liste an, gefolgt von denen aus der Tagespolitik mit 22 %. Bei den TV-Nachrichten wiederholten sich die Meldungen, die entweder aus den Zeitungen oder Online und vom Radio her schon bekannt waren.

Bezogen auf die Präsenz von Frauen erreichten vier Beiträge über die StudentInnenmesse (1x Zeitung, 1x Radio, 2x Online) einen relativ hohen Rang auf der Häufigkeitsskala. Beim Runden Tisch zu den Medien überflügelten kompetent wirkende Frauen zahlenmäßig die daran teilnehmenden Männer. Auf einem Veranstaltungsfoto in *La Voix du Luxembourg* sind vor allem junge Frauen zu sehen.

Den personellen Führungswechsel bei der Fluggesellschaft Cargolux namentlich zu benennen, gehörte in allen Medien so gut wie zur selbstverständlichen Pflicht. Auch löste die Affäre um den ehemaligen Ex-Foire Direktor zur Veruntreuung von Geldern sowohl bei Radio und Fernsehen, als auch bei den Zeitungen und Online-Diensten nachrichtlich ein besonders großes Interesse aus. Kenntnis davon hatten seine Frau und die mehrfach genannte Sekretärin.

Nachrichten über Prominente, Models, Sportler und Angehörige des Adels hielten sich am Stichtag in Grenzen. Ziemlich unterrepräsentiert blieben die Bereiche Kultur und Bildung. Die Einbeziehung der Kultur bezog sich vor allem auf eine Tanztheater-Veranstaltung sowie auf Foto- und Kunstausstellungen mit einer Preisverleihung. Angezeigt wurde auch mehrfach der Tod eines italienischen Filmproduzenten. Bildungsthemen fristeten, wie auch schon bei anderen GMMP-Erhebungen beobachtet, ein bescheidenes Dasein. Die Berichterstattung in diesem Umfeld hängt z.B. auch stark davon ab, ob ein politischer oder gesellschaftlicher Konflikt damit verbunden ist. Unter diesem Aspekt erweckten die britischen StudentInnendemonstrationen zur Abwehr höherer Studiengebühren die Aufmerksamkeit der Medien, aber auch die StudentInnenmesse in Luxemburg. Wenigstens ein Bericht im unterrepräsentierten Bereich Bildung und Erziehung über deutsche Gesamtschulen mit einem Foto der Bundesbildungsministerin Annette Schavan fand u.a. Aufnahme im Themenangebot von *RTL.lu*.

Anderes als bei den übrigen Medien wurden zahlreiche Online-Beiträge zum Themenbereich ‚Kriminalität / Gewalt‘ erfasst. Besonders auffällig war die Tatsache, dass es sich bei Berichten über Unfälle zumeist um die im Straßenverkehr handelt. Oft geht es dabei um „Raser“, die sie verursachen. Dazu gab es mehrere Beispiele mit entsprechenden Fotos<sup>10</sup>.

Nur am Rande spielten auch lokale Themen wie die umstrittene Drogenfreigabe oder die Anti-Tabak-Kampagne eine Rolle.

---

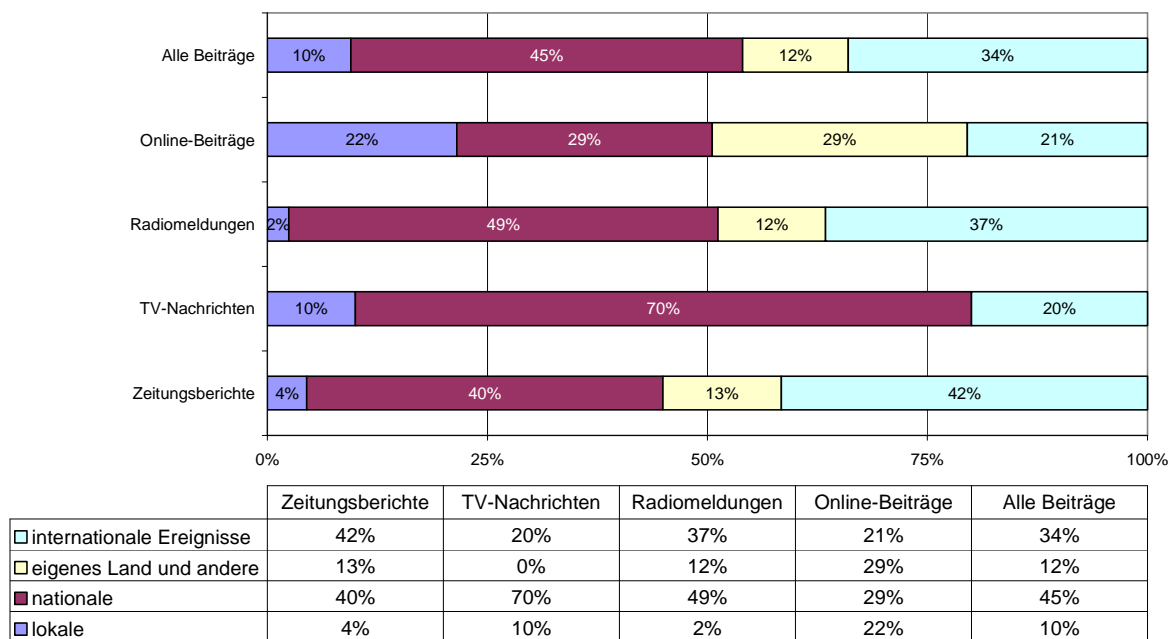
<sup>10</sup> Siehe dazu auch Abschnitt 9: „Frauen als Opfer und Überlebende“



Zu den international bedeutenden Themen zählten u.a. die Spannungen beim G20-Gipfel in Seoul, der Regierungsstreit im Irak, die Freilassung der Friedens-Nobelpreisträgerin Aung San Suu Ky in Burma, die Machtverhältnisse in China, die Cholera in Haiti, die Geiselnahme in Nigeria und die Entwicklungspolitik. Auf Europa bezogen ging es vor allem um die Aufgaben der EU und ihre beabsichtigte Erweiterung, die britischen StudentInnenproteste, den französischen Geheimdienst und um die Beziehungen zwischen dem Saarland und Luxemburg.

Wie nicht anders erwartet, erzielten in allen untersuchten Medien die nationalen Themen den ersten Platz der Häufigkeit. Sie wurden gefolgt von den internationalen Ereignissen und von Themen, die sowohl das eigene Land, als auch andere Länder betrafen.

**Abb.4: Reichweite der untersuchten Beiträge**

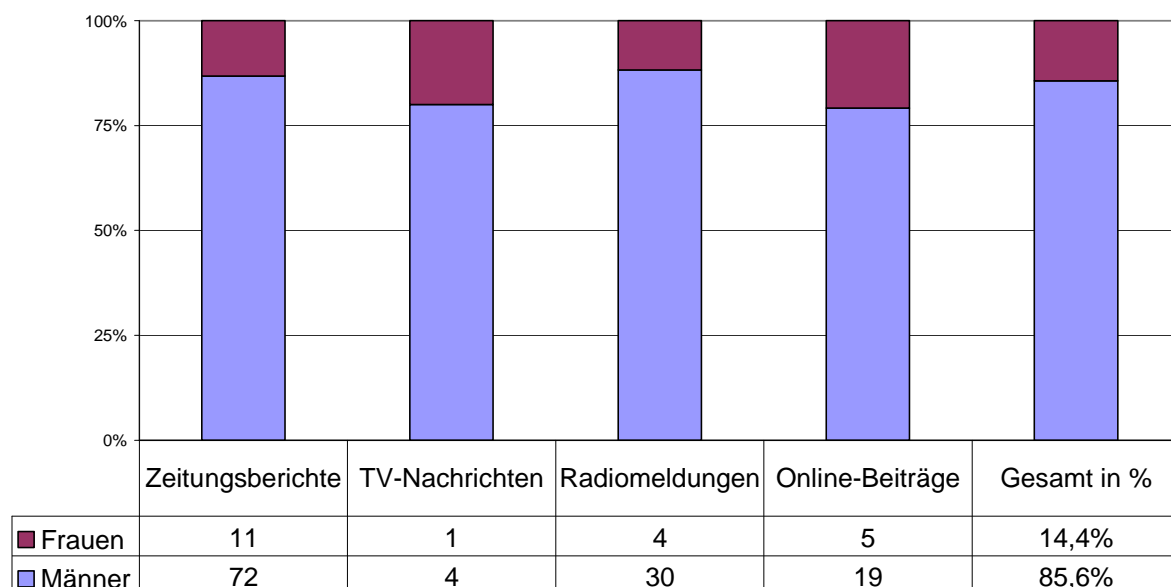


Der Vergleich mit den internationalen Daten des GMMP 2009-2010 ergab ein durchweg ähnliches Bild. Auch in Deutschland erreichten z.B. die nationale und die internationale Berichterstattung im Printbereich einen gleich hohen Anteil.

## 6. Beruf und Funktion der genannten Personen

Männer kommentieren, stehen im Zentrum des Geschehens oder werden als Experten gefragt, während Frauen nur selten als kompetente Fachfrauen wahrgenommen werden. Sie übernehmen noch immer vorrangig den Part der Betroffenen oder kommen in sozialen Themen vor. Die Hoffnung, diese Erkenntnisse aus den ersten GMMP-Analysen könnten allmählich ihre Gültigkeit verloren haben, hat sich zwischenzeitlich noch nicht zufriedenstellend erfüllt. Allein schon ein erster Überblick über die Berufe und Funktionen der in den Medien genannten Personen lässt erkennen, wie die Redaktionen offenbar nicht zufällig Regierungsmitglieder und PolitikerInnen ins Zentrum ihrer Berichterstattung rücken. In allen Hauptnachrichten nahmen sie die ersten Plätze auf der Rangliste ein.<sup>11</sup> Dazu zählten auch ausländische Präsidenten, die deutsche Kanzlerin, MinisterInnen aus verschiedenen Ländern oder ranghohe Meinungsführer, die wörtlich zitiert wurden.

**Abb.5: Regierungsmitglieder / PolitikerInnen  
in den Beiträgen**



Das betraf gleichermaßen Experten zu Fachfragen oder auch andere Akteure, die sich zu speziellen tagesaktuellen Themen äußerten. Als qualifiziert bekannte Sachverständige gerieten Frauen zahlenmäßig ins Hintertreffen und ließen sich z.B. bei den Themen Medizin und Gesundheit von den Männern allzu oft überrunden. So weisen die Erhebungsdaten insgesamt nur 2 Erwähnungen von Frauen aus dem Bereich ‚Gesundheitswesen und Sozialarbeit‘ auf, Männer aus diesem Bereich wurden 29 mal gezählt. Hier gibt es noch einen erheblichen Nachholbedarf. Auch auf internationaler Ebene haben sich Expertinnen bisher nur zu nicht mehr als 30% durchsetzen können.

<sup>11</sup> Insgesamt wurde 474 mal die Kategorie ‚Beruf / Stellung‘ erfasst. 30,8 % davon entfielen auf Regierungsmitglieder / PolitikerInnen, 7,6 % auf WirtschaftsvertreterInnen, 6,4 % auf ‚Gesundheitswesen und Sozialarbeit‘, 5,7 % auf VertreterInnen von Gewerkschaften und NGOs, 5,5 % auf VIPs aus Medien und Kultur.

Gleich eine Vielzahl von Männern erreichte Mehrfachnennungen. An erster Stelle rangierte Gesundheitsminister Mars di Bartolomeo mit 15 Auftritten in fast allen Medien. Ungeachtet einer gestiegenen Anzahl von Frauen in der Politik, in Führungs- und Fachpositionen brachten es neben der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel nur noch die inländische Ministerin für Familie und Integration Marie-Josée Jacobs, die Kultusministerin Octavie Modert und die belgische Arbeitsministerin Joille Milquet auf eine jeweils zweimalige Erwähnung. Dahinter blieben alle anderen Politikerinnen, in ihren Ämtern nicht weniger erfolgreich als ihre männlichen Konkurrenten, mit nur einer Nennung zurück.

Mehrfache Erwähnung fanden auch einzelne Ärzte; selbst zwei Ärztinnen fanden in ihrem Kreis zu unterschiedlichen Themen Berücksichtigung. Zahlreiche Manager wie der Marketing Chef der Post, der neue Direktor von Cargolux oder der Sprecher von Clearstream kamen durchaus mehrfach vor, um nur einige Beispiele von Männern zu nennen, die auf sich aufmerksam machten. Wie schon erwähnt, gehört zu den erfreulichen Beobachtungen, dass wenigstens bei der StudentInnenmesse mehr Frauen als Männer Funktionen wahrnahmen, um Studierende umfangreich zu beraten.

Auffallend bei der Untersuchung der Zeitungen, aber auch im Online-Bereich, war die Anhäufung von namenlos gebliebenen FunktionsträgerInnen. Mehrere Staatsbeamte oder PolizistInnen, auch Behinderte, kamen bei der Erfassung nicht zum Zuge, weil sie nicht einzeln, sondern als Gruppe auftauchten. Deshalb blieben sie entsprechend der internationalen GMMP-Erhebungsstandards außen vor.

Aufschlussreich war auch die Feststellung, dass Frauen im Fernsehen oft jünger als die Männer aus derselben Alterskohorte wirkten und dementsprechend auch altersmäßig unterschiedlich eingeschätzt wurden, wenn sie Gegenstand von Berichten und Beiträgen waren. Das hat möglicher Weise damit zu tun, dass sie oft gewandter als die Männer mit den von ihnen präsentierten Themen umzugehen wissen.

## 7. Frauen im Mittelpunkt der Nachrichten

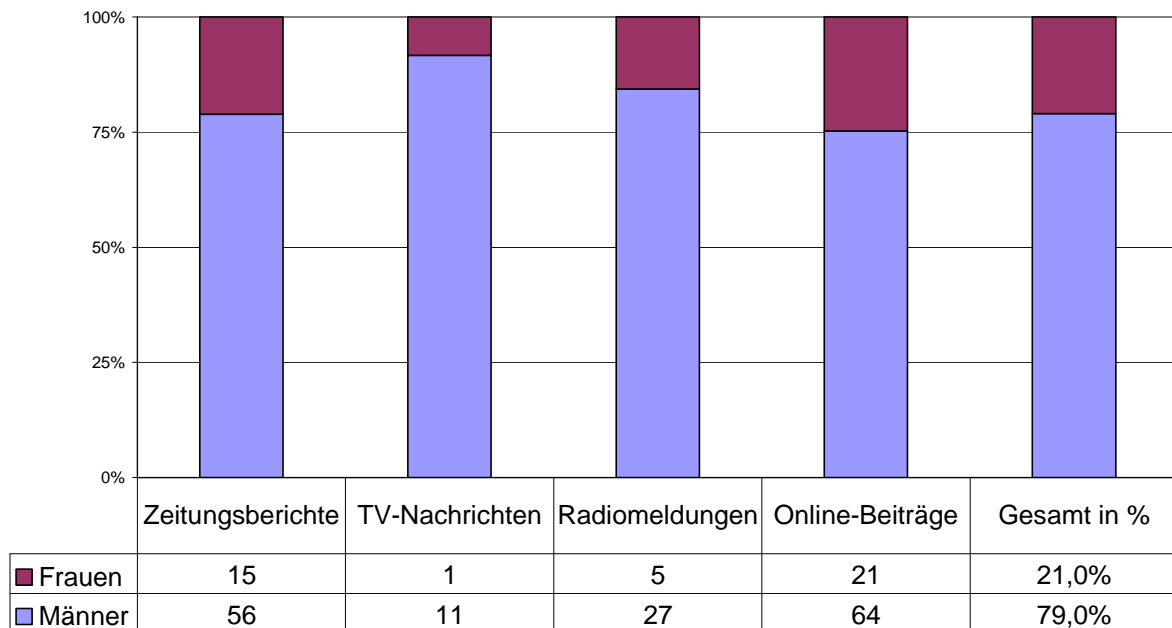
Nicht viel anders als bei allen bisherigen GMMP-Erhebungen standen die Frauen auch in Luxemburg nur selten im Fokus der Nachrichten. Die Frage, warum ihnen nur eine geringe Aufmerksamkeit zuteil wurde, lässt sich mit der Tatsache beantworten, dass sie als Funktionsträgerinnen im Rahmen der politisch relevanten Ereignisse nicht gegen die ins Rampenlicht drängenden Männer ankamen. Nahezu die einzige Ausnahme blieb an vorderster Stelle die amerikanische Sängerin KatDeLux, die fast die ganze Seite 1 bei *L'Essentiel* füllte. Sie reicherte den Frauenanteil erheblich an. Auch Heidi Klum sorgte als Unternehmerin mit ihren Models in einem Bericht über „Engel in Unterwäsche“ beim Online-Portal von *wort.lu* in der Palette der „bunten“ Themen für eine Erhöhung der Prozentzahlen zur Präsenz der Frauen.

Allerdings verstärkte sich an der Fotostrecke der Eindruck von Klischees über die verführerischen Schönen und des ‚Sex Sells‘. Unpassend waren z. B. Bildzeilentexte, in denen Attribute wie „eigensinnig, eigenartig“ verteilt wurden oder in denen von der „Königin des Dschungels“ die Rede war. Sie als „Mädchen“ zu bezeichnen, obwohl es sich durchgängig um sehr erwachsene Frauen handelt, war ebenso unangebracht. Sprachliche Unebenheiten kamen auch anderweitig vor, wenn es z.B. darum ging, mit Hilfe des generischen Maskulinums Frauen einfach mitzumeinen. Auffallend oft tauchten auch namenlose Frauen auf. Dies war in Bezug auf weibliche Personen immerhin 19 mal der Fall. In einem Bericht über tibetische Mädchen, die für Luxemburg Teppiche knüpfen, standen Frauen auch bildlich im Zentrum der Berichterstattung. Zum Beitrag „Brustkrebs-Behandlung in Luxemburg ist ausgezeichnet“ bei *wort.lu* wurde auf Grund widersprüchlicher Reaktionen auf diese Aussage eine vertiefende Analyse des Berichts empfohlen.

Obwohl Karikaturen von der Erhebung ausgeschlossen werden sollten, ist an dieser Stelle trotzdem auf eine Charakterisierung von „Chaunu“ in der Zeitung *„La Voix du Luxembourg“* aufmerksam zu machen. Sie bezieht sich auf S. 10 auf den Bericht zur Freilassung der Friedensnobelpreisträgerin in Burma und zeigt eine Suu Kyi ähnlich sehende Frau vor einem knienden Militärsoldaten. Er ruft zwei hinter ihm mit Maschinengewehren bewaffneten Männern zu: „Ces Messieurs vous accompagneront dans vos pas de femmes libres“.

Auch wenn keine Namen im Bericht des *Lëtzebuurger Journals* über die „Aufklärung von Missbrauchsfällen in katholischen Frauenhäusern gefordert“ standen, wurde er dennoch wegen seiner grundsätzlichen Bedeutung auf S. 1 in die Untersuchung einbezogen. Hier ging es zwar in erster Linie um die Verletzung von Menschenrechten in Irland, aber im Mittelpunkt der Vorwürfe standen Mädchen und Frauen, die von den Missständen in Heimen betroffen waren.

Die Spannbreite der Medien zur Selektion von Beiträgen kann auch leicht dazu führen, sie entweder auszuschließen oder nicht gerade auf den ersten Seiten zu platzieren. Ein Beispiel dafür ist ein Bericht bei *„L'Essentiel“* über die Möglichkeit einer neuen Kandidatur von Sarah Palin zur nächsten amerikanischen Präsidentin, der auf S. 6 inmitten internationaler Themen stand.

**Abb.6: Personen als Gegenstand der Beiträge**

## 8. Familienverhältnisse

Nur in wenigen Fällen wurden Frauen über ihre Familienverhältnisse definiert. Carla Bruni geriet als Ehefrau von Nicolas Sarkozy durch einen Terroristen in Bedrängnis. Verwandtschaftliche Beziehungen wurden beim Geburtstag des luxemburgischen Erbgroßherzogs Guillaume einzeln benannt. Er feierte ihn zusammen mit seinen Eltern und Geschwistern. Bei Prinzessin Astrid wurde ihre Zugehörigkeit zum belgischen Königshaus allerdings nicht näher definiert. Beim Prozess zum Ex-Direktor der Foire geriet seine mitangeklagte Ehefrau ebenfalls ins Kreuzfeuer. In einem anderen Betrugsfall wurde in den *RTL-Nachrichten* ein Zusammenspiel zwischen Vater und Sohn hervorgehoben.

Zu bedauern ist an dieser Stelle, dass ein Bericht über das Erscheinen des letzten Buchs der verstorbenen Ehefrau des ehemaligen deutschen Bundeskanzlers, Loki Schmidt, auf Seite 7 in *Point 24* nicht mehr aufgenommen werden konnte. Das Kontingent der zu untersuchenden Beiträge war bereits überschritten. Schade auch, dass der Beitrag auf S. 6 des *Lëtzeburger Journals* über „Die Sängerin und der Funktionär“ aus gleichem Grund nicht mehr erfasst wurde. Damit entfiel zugleich die aufschlussreiche Mitteilung, dass die künftige First Lady Chinas, die als Sängerin Karriere machte, in der Öffentlichkeit bekannter als ihr Ehemann ist.

## 9. Frauen als Opfer und Überlebende

Befunde aus früheren GMMP-Analysen, wonach vor allem Frauen weltweit häufiger als Männer von Gewalt, Krieg, Unglücken, Katastrophen betroffen sind und als Opfer deshalb auch vorrangig Eingang in die Medien finden, hat sich auf Luxemburg nicht übertragen lassen. Auch in Deutschland gab es schon seit Jahren keine Bestätigung für diese Annahme.

Abgesehen vom Mord an einer Frau waren vorwiegend Männer in Unglücksfälle verwickelt. Männliche Kriminalität durch das Foto einer weiblichen Hand an der vom Trickdieb gestürzten Kasse zu veranschaulichen, war schlichtweg eine Fehlentscheidung im Redaktionsteam von *tageblatt.lu*.

Die Anzahl männlicher Opfer überstieg mit 24 Nennungen deutlich die mit dem Leben davon gekommenen Frauen. Zahlenmäßig blieb die weibliche Opferrolle nahezu bedeutungslos.

**Tab.2: Opfer in den untersuchten Beiträgen**

Opfer	Zeitungs- berichte	TV-Nach- richten	Radio- meldungen	Online- Beiträge	Summe	Gesamt in %
Frauen	5	0	1	3	9	27,3%
Männer	9	0	2	13	24	72,7%
Männer + Frauen	14	0	3	16	33	100,0%

**Tab.3: Überlebende in den untersuchten Beiträgen**

Überlebende	Zeitungs- berichte	TV-Nach- richten	Radio- meldungen	Online- Beiträge	Summe	Gesamt in %
Frauen	0	0	0	2	2	15,4%
Männer	1	0	0	10	11	84,6%
Männer + Frauen	1	0	0	12	13	100,0%

## 10. Frauen und Männer als Medienschaffende

Es hing mehr oder weniger vom Zufall ab, wer zum Zeitpunkt der Mitschnitte der Sendungen von Hörfunk und Fernsehen gerade als NachrichtensprecherIn oder als ModeratorIn im Studio den Dienst versah. Schon seit Jahren zeichnet sich ein Trend zum Geschlechtermix ab, so dass Doppelmoderationen schon zu den Selbstverständlichkeiten gehören. So konnte es auch nicht mehr überraschen, dass im RTL-Hörfunkstudio eine weibliche und männliche Person abwechselnd die Nachrichten sprachen, während die Moderation beim RTL-Fernsehen allein in weiblicher Hand lag. Im Übrigen gab es im Radio insgesamt ein total ausgeglichenes Geschlechterverhältnis. Weltweit sah es weniger günstig aus, denn Frauen kamen sogar 1995 als Nachrichten-Präsentatorinnen schon mal positiver weg als 2010. Selbst als Radio-reporterinnen waren sie inzwischen weniger als früher zu hören. WACC will deshalb erforschen lassen, ob sich hier vielleicht ein Backslash abzeichnet.

Was das geschätzte Alter der Medienschaffenden betrifft, so fällt es nicht nur bei den Erhebungen, sondern auch den regelmäßig TV-Zuschauenden immer wieder auf, dass die Medienschaffenden vor der Kamera oftmals bei weitem jünger als die Personen sind, die sie in den Nachrichten präsentieren. Zumeist gehört der weibliche Nachwuchs auf dem Bildschirm der Altersklasse um die 35 an, während ihre auf dem Bildschirm agierenden Kollegen überwiegend älter eingeschätzt werden.

Etwas anders sah es bei namentlich gezeichneten Berichten im Printbereich aus. Nicht immer waren die Beiträge mit den Namen der VerfasserInnen versehen. Dennoch ließen sich in den sieben Zeitungen und den vier Online-Diensten 18 Autoren und 15 Autorinnen auflisten. Ob sich hinter den nicht entschlüsselbaren Kürzeln noch weitere Journalistinnen verbargen, konnte nicht ohne weiteres ergründet werden. In der Regel griffen die meisten Redaktionen auf das Material der Nachrichten-Agenturen zurück. Ein international positiver Befund über die Zunahme der Auslandsberichterstattung seit der letzten GMMP-Erhebung könnte auch auf die luxemburgischen Medien zutreffen, denn in mehreren Zeitungen waren Berichte von Korrespondentinnen zu lesen.

## 11. Geschlechterstereotype

Insgesamt ist zu betonen, dass sich bei den Frauen, über die in den luxemburgischen Medien berichtet wurde, erfreuliche Tendenzen dahingehend zeigen, dass sie eine Vielfalt an Funktionen, Rollen und Themen repräsentieren. Auch werden sie genauso oft zitiert, wenn sie einen ähnlichen Stellenwert wie die Männer einnehmen. Nur in Einzelfällen wurden Stereotype festgestellt, die bereits an anderer Stelle erwähnt wurden.

Im Rahmen der Erhebung wurde nur sehr selten eine lohnende Vertiefung einzelner Beiträge empfohlen. Die Berichte wurden mehrheitlich mit „weder verstärkend noch in Frage stellend“ oder mit „unentschieden“ bewertet.

## 12. Fazit aus der luxemburgischen Erhebung

„Was wir über die Welt wissen, das wissen wir aus den Medien“, lautet nach Aussage des Medienforschers Niklas Luhmann ein ungeschriebenes Gesetz der Mediengesellschaft. Fakt ist, dass Frauen in der Welt die Mehrheit haben, sie in den Nachrichten dennoch nur als Minderheit vorkommen. Schon von daher ist die Beobachtung bedeutsam, in welcher Weise Frauen in den Medien präsent sind: wie, wann, wo und warum über sie berichtet wird.

Die Medienwelt in Luxemburg ist eindeutig ein noch von Männern dominiertes Terrain, wie es die ermittelten Stichtag-Ergebnisse beweisen. Wie überall auf der Welt besetzen Frauen auch hier fast nur das Mittel- oder Schlussfeld der Ranglisten. Es wird dringend notwendig, dass sie aus dem Schatten der Männer hervortreten und für sich vermehrt die vorderen Plätze erobern. Der deutliche Mangel in der Präsenz von Frauen als Nachrichten-Subjekte innerhalb der Print- und Online-Berichterstattung des Landes und ebenso in den Hörfunk- und Fernsehnachrichten gibt Anlass genug, mit Sorge die weitere Entwicklung zu betrachten. Vor diesem Hintergrund macht es Sinn, dass sich Luxemburg künftig regelmäßig am Global Media Monitoring Project beteiligt. Im Fünfjahresrhythmus des GMMP lässt sich auf vergleichbarer Länderbasis am besten feststellen, wo es noch zu beseitigende Defizite gibt.

*Marlies Hesse*<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>Marlies Hesse koordinierte von 1995 bis 2009 für den Journalistinnenbund die bundesdeutsche Beteiligung am Global Media Monitoring Project (GMMP), nahm an der Erhebung teil und war für die Auswertung der Daten zuständig.

Bereitstellung der Erhebungsbögen für die vorliegende Untersuchung in digitalisierter Form und von Auswertungsergebnissen in Tabellen und Diagrammen: Dr. Marita Alami