

Duitstalige Belgen: *Duitsers met een Belgisch paspoort?*

Het mediagebruik in de Duitstalige
Gemeenschap en de invloed van
framing op de identiteit van de
Duitstalige Belgen.

Désirée Radermacher

Masterproef aangeboden binnen de opleiding
Master in de bedrijfscommunicatie

Promotor prof. dr. Koen Jaspaert
Copromotor prof. dr. Michèle Goyens

Academiejaar 2016.-2017.

159 574 tekens



Ik verklaar me akkoord met de code of conduct van de faculteit Letteren voor geloofwaardig auteurschap.

Voorwoord

Als Duitstalige Belg met Vlaamse *roots* werd ik van kleins af aan met het identiteitsconflict van de Duitstalige Belgen geconfronteerd. Om boodschappen te doen, staken we snel even de grens over – want Aken ligt dichterbij Eupen dan grotere Belgische steden als Luik of Verviers – en 's avonds mocht ik, nadat mijn ouders op een Duitse televisiezender naar het nieuws hadden gekeken, nog even naar *Gute Zeiten schlechte Zeiten* kijken, een van de wellicht populairste Duitse tv-programma's. Ondanks deze voelbare Duitse invloed, hingen er op mijn kamer posters van de Vlaamse popgroep K3 – bij mijn Duitstalige vrienden daarentegen niet. Ook later, tijdens onze studiejaren, die sommigen in Duitsland of in Wallonië doorbrachten, was ik steeds op de hoogte van belangrijke gebeurtenissen in België – mijn vrienden aan Duitse universiteiten wisten daarentegen steeds precies wat er in Duitsland gaande was. Desalniettemin is ieder van ons trots op de Belgische nationaliteit en wanneer ons elders in België of in een ander land weer eens iemand vraagt “waar we in Duitsland precies wonen”, beklemtonen we maar al te hevig dat we géén Duitsers maar Belgen zijn. Na de meestal vragende blikken, die als reactie daarop volgen, geven we een korte inleiding in de complexe Belgische staatsstructuur en leggen we uit, dat België geen twee, maar wel drie landstalen heeft – en ja, één daarvan is het Duits.

Dankzij mijn persoonlijke ervaringen en zeker ook dankzij mijn studies in de Germaanse taal- en letterkunde en in de Bedrijfscommunicatie, ontwikkelde ik een kritische en geïnteresseerde kijk op mijn *Heimat* en o.m. het mediagebruik dat de bevolking hanteert. Daarom ben ik blij en dankbaar dat Prof. Dr. Koen Jaspaert mijn onderzoeksvorstel goedkeurde en mij zo de kans gaf, mij in het onderwerp te verdiepen. Dankzij deze mogelijkheid heb ik de smaak in het wetenschappelijk onderzoek te pakken gekregen en kijk ik vol voldoening terug op een werkintensief en boeiend thesisjaar. Mijn dank gaat eveneens uit naar Prof. Dr. Michèle Goyens, die bereid was deze masterproef samen met Professor Jaspaert te begeleiden. Hun ervaring, expertise en gerichte feedback hebben mij geholpen het werk voor deze masterproef doelgericht aan te pakken en bij te sturen.

Mijn dank gaat ook uit naar Catherine Müller, de coördinatrice van *Wissenschaft für Ostbelgien (WifO)* die mij belangrijke informatie en relevant materiaal aanreikte om het onderzoek te bevorderen. Ook Heinz Gensterblum (*GrenzEcho*), Christoph Wetzels (*GrenzEcho*), Toni Wimmer (BRF), Oliver Krickel (BRF) en Gerard Cremer (*Ostbelgien Direkt*) wil ik voor hun medewerking en openheid bedanken. Christian Schmitz (*GrenzEcho*) wil ik bovendien bedanken voor zijn krantartikel over deze masterproef en de interesse die hij daardoor bij de bevolking wekte. Historicus David Mennicken, die het verleden en de identiteit van onze *Heimat* met dezelfde passie onderzoekt, kon mij informatie aanreiken die voor de interpretatie van de onderzoeksresultaten van groot belang was. Daarvoor en voor zijn aanmoedigende woorden wil ik hem van harte danken.

Hartelijke dank gaat ook uit naar Toon Debaye, die mij met de statistische berekeningen van de bevindingen hielp, maar die ook doorheen mijn volledige studietraject en met name tijdens de thesisperiode een bijzonder belangrijk steunpilaar was.

Mijn dank gaat eveneens uit naar mijn familie en met name Ingrid Vandriessche, Günter Radermacher, Katleen Vandriessche en Dirk Vandriessche. Als ouders, tante, peter en baas ondersteunden zij mij niet alleen bij het schrijven van deze masterproef, maar kon ik tijdens mijn volledige studietraject steeds op hun steun, ervaring, begrip en goede raad rekenen. Zonder hen had ik deze weg als werkstudente niet kunnen afleggen. Tot slot wil ik Gilbert Vandriessche bedanken, die mij naar examens aan de andere kant van België bracht wanneer mijn gezondheid het niet alleen toeliet, die mij door de revisie van mijn werkstukken door mijn studiejaren hielp en die nu ook het slotstuk van mijn studies, deze masterproef, nauwkeurig reviseerde om het eindresultaat op punt te stellen.

Samenvatting (Zusammenfassung)

“Der Ostbelgier gilt als besonders königstreu, sehr katholisch und ein bisschen verquer“, so beschreibt *Die Zeit* die deutschsprachigen Belgier am 7. Juli 2005 in *Belgien – Schön ungeschminkt*. Die Nachforschungen im Rahmen dieser Masterarbeit scheinen diese kurze Beschreibung – zumindest was die Königstreue betrifft – eindeutig zu bestätigen.

Ziel dieser Arbeit war es, den Medienkonsumverhalten der Deutschsprachigen Belgier zu erfassen und zu hinterfragen, ob und inwiefern dieses Konsumverhalten einen Einfluss auf die Identität der Deutschsprachigen Belgier hat. Ein besonderes Augenmerk gilt in dieser Hinsicht dem *Framing* verschiedener Themen in den konsumierten Medien. Bevor der Medienkonsum und das *Framing* jedoch näher beleuchtet werden konnten, galt es zunächst, die Entwicklung der Identität der Deutschsprachigen Belgier zu erfassen. Die tiefgründige Analyse der Geschichte, der linguistischen Besonderheiten und der konfliktreichen Identitätsbildung, legte die Vermutung nahe, dass die Deutschsprachigen Belgier heute mehr denn je für Ihren Platz in Belgien kämpfen. Im Rahmen dieses Autonomiebestrebens entwickelte sich im Laufe der Jahre eine einheitliche und tief verankerte regionale und nationale Identität. Im Anschluss an die Betrachtung der Identitätsfrage, erfasste eine repräsentative Befragung von etwa 1000 Deutschsprachigen Belgiern den Medienkonsum. Die Umfrage bestätigte die Vermutung, dass das Konsumverhalten der Deutschsprachigen Belgiern sehr geprägt ist durch die Deutsche Nachbarschaft. So gaben mehr als 90 Prozent der Umfrageteilnehmer an, regelmäßig oder gar ausschließlich Deutsche Medien zu konsumieren. Vor allem Fernsehprogramme und Zeitungen genießen laut dieser Umfrage große Beliebtheit bei der Bevölkerung. Ein vergleichendes Experiment und untermauernde Interviews mit den Redaktionsverantwortlichen der verschiedenen primären deutschsprachigen belgischen Medien (*GrenzEcho*, *BRF*, *Ostbelgien Direkt*) ließen zudem den Schluss zu, dass die Deutschsprachigen Belgischen Medien den Einfluss der deutschen Medien und deren *Frames* verstärken, unter anderem da die Redaktion für die Erstellung vieler Presstexte (vor allem im internationalen und deutschen Kontext) hauptsächlich deutsche Quellen benutzen. Obwohl die Texte laut der Redaktionsverantwortlichen mithilfe einiger Verweise und Randinformationen an das deutschsprachige belgische Publikum angepasst werden, konnte das *Framing*-Experiment im Rahmen dieser Masterarbeit eindeutig aufweisen, dass die deutschsprachigen belgischen *Frames* und Blickwinkel einen ähnlichen und teilweise sogar größeren Einfluss auf die Meinung der Teilnehmer hatten, wie jene des deutschen Stimulus. Das Experiment konnte aufgrund der Wahl der Stimuli und der hinterfragten Schwerpunkte aufzeigen, dass die deutschen und deutschsprachigen Belgischen Medien einen negativen Einfluss auf die Meinung der deutschsprachigen Belgier bezüglich ihres Heimatlandes haben. Trotz dieser Feststellung, zeigte der Vergleich zwischen den deutschsprachigen belgischen Teilnehmern und den drei Referenzgruppen (deutsche Teilnehmer, niederländischsprachige und französischsprachige belgische Teilnehmer), dass die Meinung der deutschsprachigen Belgier über Belgien nicht nur besser ist als die der Deutschen, sondern auch als die der französischsprachigen und niederländischsprachigen Belgier. Auch die Verbundenheit zu Belgien als Heimatland scheint bei den deutschsprachigen Belgiern trotz des regelmäßigen Kontakts mit negativen und deutschen *Frames* wesentlich grösser zu sein als die Heimattreue der Flamen und der Wallonen.

Trotz dieser Resultate, suggeriert die Literatur, dass der wiederholte und einseitige Kontakt mit deutschen Medien und seinen *Frames* die Identität der deutschsprachigen Belgier auf Dauer verwässern und verschieben könnte. Im Rahmen weiterer Forschungsinitiativen wäre es demnach interessant, die Entwicklung der Identität zu erfassen und somit den Einfluss der deutschen Medien auf längere Sicht wissenschaftlich zu hinterfragen. Ein zweites interessantes Forschungsprojekt könnte das Identitätsgefühl der jungen deutschsprachigen Belgier sein. Aufgrund der vereinfachten europaweiten Anerkennung der Diplome und aufgrund der scheinbar schlechter werdenden Französischkenntnisse der jungen Ostbelgier wagen immer weniger junge Studienanfänger den Schritt an eine wallonische Universität. Stattdessen überqueren sie die Grenze, um unter anderem

in den nahegelegenen Städten Aachen, Düsseldorf oder Köln ein Studium in ihrer Muttersprache absolvieren zu können, da die DG nur über ein kleines Hochschulangebot verfügt. Dieser enge Kontakt mit der deutschen Kultur und Identität könnte die mögliche Identitätsverschiebung beeinflussen und beschleunigen.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie und der möglichen zukünftigen Forschungsprojekte ist von gesellschaftlich großer Bedeutung, da die Deutschsprachige Gemeinschaft auf eine weitere Staatsreform hinarbeitet, die unter anderem die Stellung der Deutschsprachigen Gemeinschaft in Form eines „Belgiens zu viert“ fördern will. Nachforschungen bezüglich des Studierverhaltens der jungen deutschsprachigen Belgier könnten zudem Einblicke geben in die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung der Region, da ein Großteil der belgischen Studenten in Deutschland nach Studienabschluss auf dem deutschen Arbeitsmarkt Fuß fasst, statt in die Heimat zurück zu kehren. Die steigenden Pendlerzahlen der deutschsprachigen Belgier, die in Deutschland arbeiten, bestätigen die Vermutung einer derartigen Entwicklung.

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	4
Samenvatting (Zusammenfassung)	5
1. Inleiding	10
2. Literatuurstudie	11
2.1. De Duitstalige Gemeenschap van België.....	11
2.1.1. Grensland DG: geografische situering van de Duitstalige Gemeenschap	11
2.1.2. Gelijk(w)aardig: de plaats van de DG in België	12
2.1.2.1. De drie gemeenschappen	12
2.1.2.2. De drie gewesten	12
2.1.2.3. De provincies.....	13
2.1.3. De DG als wisseltrofee: de bewogen geschiedenis van Oost-België	13
2.1.4. De Duitstalige Belg als linguïstisch kameleon: de taalsituatie in de DG	14
2.1.5. Van onderdrukking naar autonomie: de ontwikkeling van een eigen identiteit.....	17
2.1.6. Het medialandschap in de Duitstalige Gemeenschap	21
2.1.6.1. Print- en onlinemedium <i>GrenzEcho</i>	21
2.1.6.2. Onlineportaal <i>Ostbelgien Direkt</i>	22
2.1.6.3. Radio- en televisiezender <i>Belgischer Rundfunk</i>	23
2.1.6.4. Andere media.....	23
2.2. Media, framing en identiteit	24
2.2.1. Mediale en sociale identiteit	25
2.2.2. Framing in de media en identiteitsontwikkeling	25
2.2.2.1. Framing, zijn effecten en strategieën.....	26
2.2.2.2. De duur van framing-effecten	27
3. Methodologie	28
3.1. Enquête: het mediagebruik van de Duitstalige Belgen	29
3.1.2. Het mediagebruik	32
3.1.3. Kennis en cultuur	32
3.2. Kwalitatief experiment.....	33
3.3. Kwantitatief experiment	33
4. Onderzoeksresultaten	35
4.1. Het mediagebruik in de Duitstalige Gemeenschap	35
4.1.1. Duitstalige Belgische media.....	35
4.1.2. Frans- en Nederlandstalige Belgische media	36
4.1.3. Duitse media	38
4.2. Framing in de media	39
4.2.1. Kwalitatief onderzoek: vergelijking van persartikels	39

4.2.1.1.	Duitse bron.....	40
4.2.1.2.	Franstalige Belgische bron.....	40
4.2.1.3.	Nederlandstalige Belgisch bron.....	41
4.2.1.4.	Duitstalige Belgische bron: <i>GrenzEcho</i>	41
4.2.1.5.	Duitstalige Belgische bron: <i>BRF Radio</i>	42
4.2.1.6.	Duitstalige Belgische bron: <i>Ostbelgien Direkt</i>	43
4.2.2.	Kwantitatief onderzoek: framing experiment.....	44
4.3.	De cultuur en identiteit van de Duitstalige Belg.....	48
5.	Discussie en suggesties voor verder onderzoek.....	50
5.1.	De zoektocht naar de identiteit van de Duitstalige Belgen.....	50
5.2.	Het mediagebruik van de Duitstalige Belgen.....	51
5.3.	De rol van media in de ontwikkeling van de identiteit.....	52
5.3.1.	De rol van framing in de Duitse media op de identiteitsontwikkeling.....	52
5.3.2.	De rol van de frame-, bron- en publicatiekeuze in Duitstalige Belgische media op de identiteitsontwikkeling.....	53
6.3.	Algemene conclusie en suggesties voor verder onderzoek.....	54
7.	Bibliografie.....	57
7.3.	Literatuurlijst.....	57
7.4.	Lijst van geraadpleegde websites.....	60
7.5.	Andere bronnen.....	61
8.	Bijlagen.....	62
8.3.	Illustratiemateriaal.....	62
8.3.1.	Figuren.....	62
8.3.2.	Tabellen en grafieken.....	68
8.4.	Interviews.....	75
8.4.1.	David Mennicken – De Oost-Belgische identiteit voor, tijdens en na WO I en WO II.....	75
8.4.2.	Heinz Gensterblum – de werking van het <i>GrenzEcho</i>	76
8.4.3.	Olivier Krickel – de werking van de <i>BRF</i>	78
8.4.4.	Gerard Cremer – de werking van <i>Ostbelgien Direkt</i>	79
8.5.	Enquête.....	80
8.6.	Methogologie.....	83
8.7.	Persartikels kwalitatief vergelijkend experiment.....	84
8.7.1.	Salpeterzuurlek in Zevokote (West-Vlaanderen).....	84
8.7.2.	UNESCO erkent Belgische biercultuur als immaterieel cultureel werelderfgoed....	88
8.7.3.	Huiszoekingen in Molenbeek in het kader van terreuronderzoek.....	94
8.8.	Artikel <i>GrenzEcho</i>	97

Lijst met tabellen

Tabel 1 <i>Leeftijdscategorieën respondentengroep 1</i>	30
Tabel 2 <i>Woonplaats respondentengroep 1</i>	30
Tabel 3 <i>Moedertaal respondentengroep 1</i>	30
Tabel 4 <i>Herkomst respondentengroep 1</i>	30
Tabel 5 <i>Moedertalen subgroepen (1bis, 1ter, 1quater, 1quinquies)</i>	32
Tabel 6 <i>Kwantitatief experiment - Lijst met te beoordelen uitspraken</i>	34
Tabel 7 <i>Gebruikscijfers Duitstalige Belgische media</i>	36
Tabel 8 <i>Gebruikscijfers Frans- en Nederlandstalige Belgische media</i>	37
Tabel 9 <i>Gebruikscijfers Duitse media</i>	38
Tabel 10 <i>Verdeling respondenten experiment volgens herkomst en stimulus</i>	44
Tabel 11 <i>Kwantitatief experiment – gemiddelde perceptie per groep en stimulus (U1-U13)</i>	45
Tabel 12 <i>Kwantitatief experiment – houding t.o.v. het terrorisme in Molenbeek per groep en stimulus (U1-U4)</i>	46
Tabel 13 <i>Kwantitatief experiment – houding t.o.v. het terrorisme in België per groep en stimulus (U5-U9)</i>	46
Tabel 14 <i>Kwantitatief experiment – graag van identificatie met België per groep en stimulus (U10-U11)</i>	47
Tabel 15 <i>Kwantitatief experiment – graag van identificatie met België per groep en stimulus (U12-U13)</i>	47
Tabel 16 <i>Kennis over Duitse en Belgische bekende personen – Groep 1</i>	48
Tabel 17 <i>Kennis over gebeurtenissen in 2016 met media-aandacht – Groep 1</i>	50

1. Inleiding

Selm Wenselaers noemt de Duitstalige Belgen *De laatste Belgen*¹. Petr Kokaisl vraagt zich wederom af of het wel Oost-Belgen zijn, of misschien toch eerder *Belgian Germans*². Het lijkt wel alsof de Duitstalige Belgen zélf niet weten wie ze eigenlijk zijn: ze kijken naar Duitse televisie en vieren traditionele Duitse feesten, maar willen absoluut níét als Duitsers beschouwd worden, wanneer iemand binnen of buiten België hen over hun herkomst aanspreekt. Trots op hun uniekheid, maar toch ook een beetje onzeker over hun eigen identiteit, zo schijnt het. Deze eindproef gaat op zoek naar de redenen van het identiteitsconflict van de Duitstalige Belgen en zoekt een antwoord op de vraag: Welke invloed heeft het mediagebruik in de Duitstalige Gemeenschap, in het bijzonder op vlak van framing, op de identiteit van haar bevolking?

In het verleden onderzochten tal van onderzoekers de geschiedenis van en de taalsituatie in de Duitstalige Gemeenschap. De identiteit en het mediagebruik werden daarin wel enigszins toegelicht, maar nooit nader onderzocht. Pas recent blijken onderzoekers het bijzondere aan de identiteit van deze bevolkingsgroep te ontdekken, die tegelijk minderheidsbevolking binnen het eigen land is, maar toch ook spreker van één van de belangrijkste wereldtalen. Het mediagebruik en de invloed daarvan op de identiteit kregen tot op heden echter amper aandacht. Deze masterproef wil daar verandering in brengen en zal onderzoeken hoe het komt dat deze bevolking zich zo nauw betrokken voelt bij de Duitse burens, maar toch zo erg trots is op de wettelijke Belgische identiteit. Het mediagebruik en onder meer de impact van framing in deze geconsumeerde media, zo de stelling van deze thesis, spelen hierin een bijzonder grote rol. Aan de basis van dit onderzoek ligt het vermoeden dat de Duitstalige Belgen enerzijds voornamelijk Duitse media (televisie, radio en geschreven media) consumeren omdat er een onvoldoende Belgische aanbod in hun moedertaal Duits beschikbaar is en dat de weinige beschikbare Duitstalige Belgische kanalen voor hun berichtgeving voornamelijk Duitse persberichten van DPA (Deutsche Presseagentur) overnemen en o.m. omwille van tijdsgebrek niet gelijksoortige Vlaams- of Franstalige artikels van *Belga* vertalen. Deze aanpak zou de invloed van de Duitse media versterken, waardoor de kijk van de Duitstalige Belgen op bepaalde gebeurtenissen eveneens een Duits perspectief zou kunnen krijgen.

Het eerste deel van de literatuurstudie (2.1) situeert de Duitstalige Gemeenschap eerst geografisch en schetst vervolgens een beeld van haar historische ontwikkeling. Deze gedetailleerde situering van de DG legt uit hoe, wanneer en met welke emotionele impact deze bevolkingsgroep plots Belgisch werd. De literatuur openbaart welke evolutie de bevolking onderging eer ze naast de Frans- en Nederlandstalige gemeenschap als evenwaardige gemeenschap aanvaard werd. Bovendien schetst ze een beeld van de status van het Duits in het meest oostelijke, door taal- en landsgrenzen omheinde, gedeelte van België. Ten slotte brengt het eerste deel van de literatuurstudie het huidige medialandschap in de Duitstalige Gemeenschap in kaart. Het tweede deel van de literatuurstudie (2.2) gaat vervolgens dieper in op enerzijds de invloed van media op de ontwikkeling van de identiteit van de consumenten en anderzijds op het effect van framing op de perceptie van de mediaconsument. De kern van deze masterproef, het driedelige onderzoek waarvan de methoden eerst worden toegelicht (3), achterhaalt het complexe mediagebruik in de Duitstalige Gemeenschap en de impact daarvan op het identiteitsbesef van de bevolking. Het eerste deel van het onderzoek, een enquête (3.1), toont aan in welke mate de bevolking de Duitstalig-Belgische, maar ook anderstalige Belgische en Duitse media, consumeert. Het tweede en derde deel van het onderzoek evalueren de inhoud van Duitstalig-Belgische kranten, radio- en televisieprogramma's. Een vergelijkend onderzoek van tekstfragmenten (3.2) en een kwalitatief experiment (3.3) leggen de verschillen op vlak van framing en de invloed daarvan op de perceptie van de lezer bloot. Gesprekken met de (hoofd)redacteurs van de verschillende mediahuizen dragen ertoe bij om de bevindingen uit het vergelijkende onderzoek te begrijpen en te onderbouwen.

¹ Wenselaers (2008)

² Kokaisl & Kokaislovà (2015)

De bevindingen van deze masterproef zijn van groot maatschappelijk belang vermits de Duitstalige Gemeenschap naar een nieuwe staatshervorming en een *Belgien zu viert* streeft. Daarbij spelen onder meer de identiteit en het regionale en nationale bewustzijn een grote rol. Onlangs paste de regering bovendien een nieuwe marketingstrategie toe, die volledig erop gericht is om de status van de Duitstalige Gemeenschap zowel economisch als maatschappelijk te verhogen. Ook het identiteitsbesef en het wij-gevoel krijgen in deze nieuwe aanpak veel aandacht. De bevindingen van deze masterproef kunnen ook daarvoor interessante bevindingen opleveren of mogelijke knelpunten blootleggen.

2. Literatuurstudie

Om het onderzoek in het kader van deze masterproef gefundeerd te kunnen opbouwen, schetst de literatuurstudie eerst en vooral een gedetailleerd beeld van de Duitstalige Gemeenschap vanuit verschillende invalshoeken (2.1.) alvorens dieper in te gaan op de invloed die het mediagebruik en vooral framing in de media op de ontwikkeling van de identiteit al dan niet heeft (2.2.).

2.1. De Duitstalige Gemeenschap van België

Om te begrijpen wat de kenmerken zijn van de Duitstalige Gemeenschap en welke rol het Duits, maar ook andere talen, voor de bevolking spelen, situeert dit hoofdstuk de Duitstalige Gemeenschap vanuit verschillende standpunten. Het eerste deel brengt de Duitstalige Gemeenschap geografisch in kaart (2.1.1.). Het volgende schetst een beeld van de complexe structuur van de Belgische staat om beter te begrijpen welke bevoegdheden de Duitstalige Gemeenschap, onder meer op vlak van taal, al dan niet heeft (2.1.2.). Het derde deel van dit hoofdstuk gaat dieper in op de bewogen geschiedenis van de streek (2.1.3.) en leidt daarmee het vierde deel in, de identiteit van de Duitstalige Belgen (2.1.4.). Het voorlaatste deel gaat dieper in op de plaats die het Duits als moedertaal in België toegewezen kreeg (2.1.5.) om ten slotte in het zesde en laatste deel het medialandschap van de Duitstalige Gemeenschap in kaart te brengen (2.1.6.). Deze brede schets van de Duitstalige Gemeenschap in al haar facetten zal toelaten om zo veel mogelijk relevante aspecten bij dit onderzoek te betrekken.

2.1.1. Grensland DG: geografische situering van de Duitstalige Gemeenschap

De Duitstalige Gemeenschap van België (DG) ligt in het Oosten van het land. Het gebied van ruim 853km² strekt zich uit vanaf het drielandpunt België-Nederland-Duitsland tot het drielandpunt België-Luxemburg-Duitsland.³ Het grondgebied van de Duitstalige Gemeenschap omvat negen gemeentes: Amel, Büllingen, Burg-Reuland, Bütgenbach, Eupen, Kelmis, Lontzen, Raeren en Sankt Vith. Gescheiden door de Hoge Venen, bestaat de DG in feite uit twee deelgebieden met verschillende structuren. Ten noorden van de Hoge Venen ligt het kleinere, dichter bevolkte Eupener Land (Eupen, Kelmis, Lontzen, Raeren). Hier bevindt zich ook het administratieve centrum van de DG en er zijn, onder meer door de belangrijke industrie, grotere verkeersaders.⁴ In het zuiden ligt de Belgische Eifel (Amel, Büllingen, Bütgenbach, Burg-Reuland, Sankt Vith) met een meer landelijke structuur en een minder dichte bevolking. De Belgische Eifel, ook het Sankt Vith Land genoemd, is een vrij landelijk gebied met een uitgebreid bos- en weideland dat profiteert van de landbouw en het groeiende toerisme.⁵

De Duitstalige Gemeenschap wordt gekenmerkt door grenzen: het Eupener Land grenst in het Oosten aan Duitsland en in het Westen aan Wallonië. Het Sankt Vith Land grenst in het Oosten eveneens aan Duitsland, in het Westen aan Wallonië en in het zuiden aan Luxemburg. De Franse taalgrens scheidt de Duitstalige Gemeenschap voelbaar af van de rest van België.⁶ De landsgrens

³ Parlement der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2016:7)

⁴ Parlement der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2016:8)

⁵ Parlement der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2016:8)

Zie figuur 1: De negen gemeentes van de Duitstalige Gemeenschap (In bijlage, 8.1.1.)

⁶ Darquennes (2013:350)

naar Duitsland is echter een minder 'voelbare' grens omdat het taalgebruik met het oversteken van deze grens nauwelijks verandert.

Ondanks haar Oostelijke ligging is de Duitstalige Gemeenschap niet gelijk te stellen aan de zogenaamde Oostkantons (of Nieuw-/Oost-België). De naam Oostkantons ontstond in 1920, toen België de kantons Eupen, Malmedy en Sankt Vith annexeerde (meer hierover in 2.1.2.). Malmedy behoort echter tot de Franse Gemeenschap en valt daarom niet onder de bevoegdheden van de Duitstalige Gemeenschap (meer hierover in 2.1.3.).⁷

In maart 2017 maakte het Ministerie van de Duitstalige Gemeenschap de nieuwe marketingstrategie voor de Duitstalige Gemeenschap als vestigingsplaats voor bedrijven en organisaties bekend.⁸ Omdat tot op heden verschillende instanties verschillende termen gebruikten om naar de Duitstalige Gemeenschap als dusdanig te refereren (DG, Duitstalige Gemeenschap, Ostbelgien, Eastbelgium, enz.) en deze begrippen voor ambiguïteit zorgden, besloot men om in de volledige communicatie voortaan één en dezelfde 'merknaam' te gebruiken: *Ostbelgien*.⁹ Deze naam dient echter enkel voor communicatie- en presentatiedoeleinden. Op grondwettelijk vlak blijft de correcte benaming *Deutschsprachige Gemeinschaft* (Duitstalige Gemeenschap).¹⁰ Om onduidelijkheden te voorkomen zal deze thesis daarom enkel de term Duitstalige Gemeenschap (DG) gebruiken. De term Oostkantons zal verwijzen naar de kantons Malmedy, Sankt Vith en Eupen.

2.1.2. Gelijk(waardig): de plaats van de DG in België

De plaats van de Duitstalige Gemeenschap binnen de huidige Belgische staatsstructuur is omwille van haar complexiteit voor veel Belgen niet helemaal duidelijk. Een reden hiervoor is dat de gebieden van de gemeenschappen, de gebieden van de gewesten en de taalgebieden niet met elkaar overeenkomen.

2.1.2.1. De drie gemeenschappen

België telt drie gemeenschappen: de Duitstalige Gemeenschap, de Vlaamse Gemeenschap en de Franse Gemeenschap. De bevoegdheden omvatten (met enkele uitzonderingen) culturele aangelegenheden, persoonsgebonden aangelegenheden, het onderwijs en de intracommunautaire en internationale samenwerking. De parlementen en regeringen van iedere gemeenschap oefenen deze bevoegdheden uit. De Duitstalige Gemeenschap vormt naast de Vlaamse en de Franse Gemeenschap een autonome instelling voor de uitoefening van de gemeenschapsbevoegdheden. In de Franse en de Vlaamse Gemeenschap gebeurt de uitoefening van de bevoegdheden echter ook in samenwerking met de verschillende Gewesten.¹¹

2.1.2.2. De drie gewesten

Naast de drie gemeenschappen zijn er ook drie gewesten: het Waalse Gewest, het Vlaamse Gewest en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.¹² De Duitstalige Gemeenschap valt onder de bevoegdheden van het Waalse Gewest. Dat wil zeggen dat regionale aangelegenheden, zoals de ruimtelijke ordening, het milieubeleid, het plattelandsbeleid en natuurbehoud, de huisvesting en het waterbeleid, delen van het economisch beleid, fiscale bevoegdheden en dergelijke tot de bevoegdheden van het Waalse Gewest horen.¹³ Deze gewestelijke indeling heeft ook een invloed op het taalbeleid: hoewel Duits de officiële voertaal binnen de Duitstalige Gemeenschap is, zijn er

⁷ http://www.ostbelgienlive.be/DesktopDefault.aspx/tabid-84/186_read-448/ (10/05/2017)

⁸ <http://www.grenzecho.net/meinung/kommentar/neue-standortmarke-ostbelgien-wohltuend-unpolitisch> (28/03/2017)

⁹ <http://www.ostbelgien-neu-entdecken.be/> (10/05/2017)

¹⁰ http://www.ostbelgien-neu-entdecken.be/desktopdefault.aspx/tabid-5145/8974_read-49510 (28/03/2017)

¹¹ Fischer (2003); Parlament der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:19).

Zie figuur 2: De drie Belgische gemeenschappen: Vlaams, Frans en Duitstalig. (in bijlage 8.1.1.)

¹² Dewulf (2009:75); Fischer (2003); Parlament der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:21)

¹³ Dewulf (2009:75); Fischer (2003); Parlament der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:21)

ook faciliteiten voor Franstaligen.¹⁴ Officiële tekens in de openbare ruimte, zoals verkeersborden en officiële mededelingen zijn vaak in de twee talen of zelfs enkel in het Frans opgesteld.¹⁵

2.1.2.3. De provincies

Op provinciaal vlak maakt de Duitstalige Gemeenschap deel uit van de provincie Luik. Provincieaangelegenheden, zoals de aanleg en het beheer van provinciedomeinen of fiets- en wandelroutes, het beheer van waterwegen, natuurgebieden, jeugd- en sportdiensten en dergelijke, vallen onder de bevoegdheden van de provincie Luik.¹⁶

2.1.2.4. De vier taalgebieden

De vierde indeling van het Belgische grondgebied is de verdeling in vier taalgebieden, die in 1966 vastgelegd werden: het Duitse taalgebied (de negen Duitstalige gemeentes, zie 1.1.), het Franse taalgebied, het Nederlandse taalgebied en het tweetalig gebied Brussel-Hoofdstad.¹⁷ In deze gebieden gebruiken het bestuur, het onderwijs en de rechtbank de respectievelijke taal van het gebied in kwestie.¹⁸ In de negen gemeentes van de Duitstalige Gemeenschap is Duits de officiële voertaal onder meer op vlak van overheidscommunicatie, in scholen en voor de rechtbank. Er heerst een homogeen Duits taalbeleid¹⁹ met een structurele meertaligheid omwille van de gewestelijke indeling.²⁰

2.1.3. De DG als wisseltrofee: de bewogen geschiedenis van Oost-België

De geschiedenis van het Duitstalig-Belgische landsgedeelte en zo ook van zijn bevolking werd steeds gekenmerkt door grenzen. Al tijdens Romeinse tijden verloopt de grens tussen de twee Romeinse steden Tongeren en Keulen door de regio.²¹ In 1794, het einde van het Ancien Régime, maakt het noordelijke Eupener Land deel uit van het hertogdom Limburg. De Belgische Eifel behoort op dat moment grotendeels tot het hertogdom Luxemburg.²² De jaren 1794-1795 vormen een mijlpaal in de wisselvallige geschiedenis van de Duitstalige Gemeenschap. Tijdens de Franse revolutie verovert Frankrijk de Oostenrijkse Nederlanden en daardoor ook de huidige Duitstalige Gemeenschap. Ten gevolge van Napoleons nederlaag kent het Congres van Wenen het Eupener Land, de Belgische Eifel en een deel van de toenmalige abdij Stavelot-Malmedy in 1815 toe aan het Pruisische Rijnland. Neutral-Moresnet (vandaag Kelmis) komt op dat moment onder zogenaamde dubbele (Pruisisch-Nederlandse) bevoegdheden te staan.²³

Tijdens de Eerste Wereldoorlog vecht de bevolking van Eupen-Malmedy nog voor het Duitse Rijk, maar in 1920 kent het Verdrag van Versailles de Oostkantons, het gebied Eupen-Malmedy en Neutraal-Moresnet, toe aan België.²⁴ Na een overgangperiode van vijf jaar zijn de zogenaamde *laatste Belgen*²⁵ vanaf 1 januari 1926 officieel Belgische staatsburgers.²⁶ De reacties van de bevolking op het nieuwe staatsburgerschap zijn vrij uiteenlopend.²⁷ De verfransing van de nieuwe Belgen, die generaal-luitenant Baltia al voor de overgangperiode initieerde²⁸, neemt vanaf 1926

¹⁴ Fischer (2003); Parlement der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:21)

¹⁵ Van Schelstraete (2015:73)

Zie figuur 3: De drie Belgische gewesten – Brussels-Hoofdstedelijk, Vlaams en Waals (in bijlage 8.1.1.)

¹⁶ Fischer (2003); Parlement der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:22)

¹⁷ Lecours (2001:60); Nelde & Darquennes (2002:68); Vanden Boer (2011:31)

¹⁸ Parlement der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:23).

¹⁹ Darquennes & Nelde (2006:67); Parlement der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:23); Vanden Boer (2011:31)

²⁰ Parlement der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:22); meer over de meertaligheid in 2.1.4

²¹ http://www.dglive.be/desktopdefault.aspx/tabid-1053/1532_read-45663/ (14/11/2016)

²² http://www.dglive.be/desktopdefault.aspx/tabid-1053/1532_read-45663/ (14/11/2016)

²³ Fischer (2003); http://www.dglive.be/desktopdefault.aspx/tabid-1053/1532_read-45663/ (14/11/2016)

²⁴ Dewulf (2009:70); Fischer (2003); Mennicken (2016:18); Wenselaers (2008:13)

²⁵ Wenselaers (2008)

²⁶ http://www.dglive.be/desktopdefault.aspx/tabid-1053/1532_read-45663/ (17/11/2016)

²⁷ Mennicken: interview op 7 april 2017 (in bijlage 8.2.1)

²⁸ Dewulf (2009:71); Mennicken (2016:20); Wenselaers (2008:51)

sterk toe om van de nieuwkomers zo snel mogelijk “echte Belgen”²⁹ te maken.³⁰ Bij een deel van de bevolking leidt dat tot ongenoegen. Deze bevolkingsgroep reageert op de verfransingspolitiek met de oprichting van een revisionistische beweging en pro-Duitse kranten. Als reactie hierop ontstaat in 1927 dan weer de pro-Belgische krant *Grenz-Echo*³¹, die tot vandaag de dag de enige Duitstalige krant in België zou blijven. Vooral in 1933, toen Adolf Hitler met zijn nationaalsocialistisch beleid de macht in het Duitse Rijk overneemt, wordt de kloof tussen pro-Belgische en pro-Duitse Oost-Belgen zichtbaar.³²

In 1940 annexeert Hitler het gebied Eupen-Malmedy opnieuw. Tot op de dag van vandaag noemt men deze herannexering de *Heim-ins-Reich*-beweging.³³ Na de oorlog wordt deze annexatie ongeldig verklaard, zodat Eupen-Malmedy opnieuw, en deze keer definitief, aan België toegekend wordt.³⁴ Vervolgens gaat een denazificatieproces van start. De militaire rechtbank achtervolgt nagenoeg een kwart van de bevolking voor collaboratie met Duitsland.³⁵ Een gevolg van het denazificatieproces en de re-assimilatiepolitiek van het Frans is dat het Duits nagenoeg volledig uit de maatschappij dreigt te verdwijnen. Pas jaren later, in 1963, wordt het Duits uiteindelijk toch als officiële landstaal erkend. Deze erkenning gaat gepaard met de vastlegging van de taalgrenzen in 1966 en uiteindelijk de creatie van de Duitse Cultuurgemeenschap op 24 december 1970. Het ontstaan van de Duitse Cultuurgemeenschap maakt een einde aan de verfransingspolitiek. Het gebied krijgt onder andere op vlak van cultuur meer autonomie.³⁶

Met de staatshervorming in 1980 verandert de naam in Duitstalige Gemeenschap. Dankzij deze naamsverandering wint het Duits aan kracht: voortaan gebruikt men Duits niet meer enkel voor culturele en persoonlijke aangelegenheden, maar ook voor het taalgebruik van administratieve aangelegenheden en in het onderwijs.³⁷ De autonomiestrijd van de Duitstalige Gemeenschap schijnt nog steeds niet ten einde. Hoewel de autonomie onder meer met de staatshervorming in 1980 toegenomen is en de DG inmiddels een eigen Parlement heeft, staat de DG op economisch en territoriaal vlak onder de bevoegdheden van het Waalse Gewest.³⁸ Net als zijn voorganger Karl-Heinz Lambertz, streeft de huidige Ministerpresident Oliver Paasch naar een vierde gewest, het Duitstalige Gewest.³⁹

2.1.4. De Duitstalige Belg als linguïstisch kameleon: de taalsituatie in de DG

Binnen de Europese Unie (EU) is het Duits met 97,5 miljoen sprekers de meest gesproken taal⁴⁰ en Rüdiger Lüdeking, Duits ambassadeur in België, stelt zelfs dat het Duits een van de belangrijkste talen op vlak van de Europese economie en wetenschap is.⁴¹ In België is Duits met om en bij honderdduizend sprekers (1 procent) daarentegen de kleinste van de drie landstalen. Daarom erkent de Europese Commissie het Duits als minderheidstaal in België en beschermt het *European charter for regional or minority languages* de taal.⁴² Minderheidsgroepen in grensgebieden, zoals de Duitstalige Gemeenschap in België, staan sterk wanneer ze in contact komen met prominente media, zoals in dit geval de Duitstalige.⁴³ Born & Dickgießer (1989) toonden aan dat Duitse media in

²⁹ Dewulf (2009:71)

³⁰ Mennicken (2016:20); Wenselaers (2008:62, 76)

³¹ Mennicken (2016:21,104)

³² Fischer (2003); Mennicken: interview op 7 april 2017 (in bijlage 8.2.1.); Wenselaers (2008:91)
Meer over de opsplitsing van de bevolking in 2.1.5.

³³ Wenselaers (2008:85)

³⁴ Fischer (2003); Wenselaers (2008:85)

³⁵ Mennicken: interview op 7 april 2017 (in bijlage 8.2.1.); Wenselaers (2008:99, 105)

³⁶ Vanden Boer (2011:31-32)

³⁷ Vanden Boer (2011:32)

³⁸ Wenselaers (2008:139); Meer hierover in 2.1.2

³⁹ Wenselaers (2008:139); <http://www.research-worldwide.de/belgium.html> (10/05/2017)

⁴⁰ Darquennes (2006:347)

⁴¹ Schelstraete (2015: 75)

⁴² Darquennes (2013:360)

⁴³ Grin, Moring & al. (2002), geciteerd in Schelstraete (2015:23)

de Duitstalige Gemeenschap al in de jaren '80 sterk domineerde boven de Duitstalige Belgische kanalen.⁴⁴ Darquennes (2013) geeft echter aan dat sprekers van minderheidstalen ook de mogelijkheid moeten hebben om hun moedertaal toe te passen in andere domeinen van de samenleving, zoals administratie en onderwijs. De autonomie van de Duitstalige Gemeenschap⁴⁵ op vlak van onderwijs en administratie bevordert de status van het Duits binnen de DG. Onderzoek wijst echter uit dat de kloof tussen een sterke taalwetgeving en de praktische uitvoering in België op nationaal vlak groot is, vermits het taalbeleid, dat het Duits in België zou moeten beschermen, in de praktijk niet uitvoerbaar is.⁴⁶

De Duitstalige Gemeenschap hanteert een homogeen Duits taalbeleid.⁴⁷ Binnen het Duitse taalgebied (de negen gemeentes van de DG) zijn Franstaligen echter een beschermde minderheid, waardoor zij zogenaamde faciliteiten genieten.⁴⁸ Hoewel er in de DG geen institutionele meertaligheid heerst⁴⁹, speelt het Frans bij de Duitstalige bevolking een belangrijke rol. Zo zijn studenten, die hogere studies willen volgen, verplicht om deze in Wallonië (of Vlaanderen) te volgen.⁵⁰ Indien het niet mogelijk is om studies in het Frans (of Nederlands) te volgen, is het merendeel van de studenten verplicht om aan een Duitse universiteit te studeren, vermits er aan de enige Duitstalige hogeschool van de Duitstalige Gemeenschap (*Autonome Hochschule der Deutschsprachigen Gemeinschaft*) slechts drie studierichtingen worden aangeboden (verpleegkunde, leraar/lerares in het kleuteronderwijs en leraar/lerares in het lager onderwijs)⁵¹.

Recent onderzoek door Gaëlle Schelstraete (2015) wijst uit dat het merendeel van de bevolking van de DG zichzelf als 'meertalig' beschrijft.⁵² De semigestructureerde interviews, die zij voerde, tonen aan dat de bevolking meertaligheid – vooral met betrekking tot het Frans – als meerwaarde beschouwt (bijvoorbeeld ten opzichte van werkmogelijkheden) en dat ze een grote tolerantie tegenover andere talen tonen. Dit heeft volgens Schelstraete onder meer te maken met het toerisme dat in de regio een belangrijke rol speelt. Desalniettemin voelt de Duitstalige bevolking een zekere spanning tussen het Frans en het Duits.⁵³ Uit de interviews van Schelstraete blijkt dat de bevolking het gevoel heeft zich aan de Franstaligen te moeten aanpassen en hoewel ze zelf een grote bereidheid tonen om de Franstaligen in zekere mate tegemoet te komen (onder meer door intensieve Franse taallessen vanaf het lager onderwijs), geeft een groot deel van de respondenten spontaan aan niet tolerant te zijn tegenover onder meer winkelketens in de Duitstalige regio die enkel Franstalig personeel in dienst nemen.⁵⁴ Een verkennend gesprek met een drieëntwintigjarige respondent in het kader van deze masterproef bevestigt de stelling van Schelstraete:

Ich könnte genauso gut auf Französisch Einkäufe machen. Aber es geht ums Prinzip: wir sind in der Deutschsprachigen Gemeinschaft, dann müssen die Geschäfte eben deutschsprachiges Personal einstellen und deutschsprachige Kataloge verteilen. Ich frage immer bewusst erst auf Deutsch nach Informationen. Erst wenn ich merke, dass die Verkäuferin mich gar nicht

⁴⁴ Meer hierover in 4.1

⁴⁵ Meer hierover in 2.1.2

⁴⁶ Vanden Boer (2011:33)

⁴⁷ Born & Dickgießer, (1989:40); Parlament der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:24)

⁴⁸ Parlament der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014:24)

⁴⁹ Born & Dickgießer, (1989:43); Nelde & Darquennes, (2002:69); Vanden Boer (2011:31)

⁵⁰ Born & Dickgießer, (1989:43)

⁵¹ http://www.ahs-dg.be/Desktopdefault.aspx/tabid-1281/2123_read-27909/ (1/052017)

⁵² Schelstraete (2015:2)

⁵³ Schelstraete (2015:56, 68)

⁵⁴ Schelstraete (2015: 68)

*versteht, wechsele ich ins Französische. Das ist kein Problem, aber es ärgert mich schon. Wenn ich in der Wallonie bin, weiß ich doch auch, dass ich Französisch reden muss!*⁵⁵

Samengevat, zegt Schelstraete, “zijn de respondenten trots op hun meertaligheid ten opzichte van andere talen. Toch ontstaan er spanningen met het Frans, daarom pleiten de Duitstalige Belgen voor een evenwaardige status van [het Duits].”⁵⁶

Niet enkel het Frans, maar ook het dialectgebruik, dat teruggaat tot de 13^{de} eeuw, speelt tot op de dag van vandaag een belangrijke rol.⁵⁷ In de negen Duitstalige gemeentes is *Hochdeutsch* de officiële standaardtaal in het onderwijs, voor overheidscommunicatie en voor de rechtbank.⁵⁸ Uit een onderzoek van Forsa (2014) blijkt echter dat 59 procent van de bevolking een vorm van Platduits spreekt én verstaat; dertig procent begrijpt Platduits, maar spreekt het niet. Slechts elf procent van de bevolking geeft aan Platduits noch te begrijpen, noch te spreken. Uit hetzelfde onderzoek blijkt ook dat de noordelijke bevolking met 44 procent een kleinere dialectkennis vertoont dan het zuiden met 81 procent.⁵⁹ De bewogen geschiedenis van de streek en het contact met Duitsland, Nederland, Luxemburg en Wallonië hebben het dialectgebruik van de Duitstalige Belgen sterk beïnvloed. Maar ook de Hoge Venen hebben als natuurlijke grens tussen noord en zuid een impact op het dialectgebruik gehad: In het noorden (Eupener Land) spreekt de bevolking een Neder-Frankisch en Rijn-Frankisch dialect, in het zuiden (Sankt Vither Land) gebruikt de bevolking nog steeds een Moezel-Frankisch en Rijn-Frankische vorm van het Duits^{60, 61}.

De taalsituatie in de Duitstalige Gemeenschap kan volgens de sociolinguïstiek als di- of zelfs triglossie worden beschouwd.⁶² Zoals eerder geschetst, heerst in de DG een homogeen Duits taalbeleid, maar toch blijkt het dialectgebruik nog steeds relevant en heeft het Frans bij de bevolking een belangrijke status, onder meer omwille van werk- en studiemogelijkheden. Bovendien vertoont de bevolking een openheid tegenover andere talen, waardoor een deel van de bevolking zelfs het gebruik van het Nederlands niet als problematisch ondervindt.⁶³ Deze functionele meertaligheid heeft een asymmetrische meertaligheid in België als gevolg.⁶⁴ Dat wil zeggen dat het Duits ten opzichte van het Frans en het Nederlands een minderheidspositie inneemt⁶⁵ en dat – bijvoorbeeld – Franstaligen minder snel naar het Duits zullen overschakelen, wanneer ze in de Duitstalige Gemeenschap zijn, en omgekeerd, de Duitstalige Belg zich aan de Franstalige zal aanpassen, wat wederom frustraties bij de Duitstaligen kan oproepen.⁶⁶ Anneleen Vanden Boer (2011) belicht in het kader van haar doctoraatscriptie de taalconflicten waarmee de Duitstalige Belgen geconfronteerd worden en het conflictpotentiaal bij de Belgische bevolking over de positie van de Duitstalige Belgen in het Belgische federale systeem. Om te achterhalen welk conflictpotentiaal er bestaat, brengt het onderzoek eerst het Belgische identiteitsbesef van de

⁵⁵ N. Pommée (m, 23), verkennend gesprek oktober 2016.

Vertaling (Désirée Radermacher): Ik zou mijn boodschappen even goed in het Frans kunnen doen. Maar het gaat om het principe: we zijn in de Duitstalige Gemeenschap, dus moeten de winkels maar Duitstalig personeel aanwerven en Duitstalige folders maken. Ik vraag bewust in het Duits naar meer informatie. Pas wanneer ik merk dat de verkoopster mij niet begrijpt, switch ik naar het Frans. Dat is geen probleem, maar het ergert mij wel. Wanneer ik naar Wallonië ga, weet ik toch ook dat ik Frans moet gaan spreken!

⁵⁶ Schelstraete (2015:3)

⁵⁷ Kokaisl & Kokaislovà (2015:38)

⁵⁸ Born & Dickgießer (1989:42); Darquennes & Nelde (2002:70), Kokaisl & Kokaislovà (2015:40)

⁵⁹ Forsa (2014:17)

⁶⁰ Born & Dickgießer (1989:40); Kokaisl & Kokaislovà (2015:40);

http://www.dg.be/nl/desktopdefault.aspx/tabid-2826/5408_read-45661/ (1/05/2017)

⁶¹ Zie tabel 1: Kennis van het Platduits bij de Duitstalige Belgen (in bijlage 8.1.2.)

⁶² Nelde & Darquennes (2002:70); Schelstraete (2015:24)

⁶³ Schelstraete (2015:78)

⁶⁴ Vanden Boer (2011:147); Verhiest (2015:67)

⁶⁵ Vanden Boer (2011:147)

⁶⁶ Schelstraete (2015:26)

Duitstalige Belgen in kaart. Daaruit blijkt dat onder meer een goede talenkennis (Frans-Nederlands) bijdraagt tot het ontwikkelen van een Belgische identiteit; een hoog opleidingsniveau verzwakt het Belgische identiteitsbesef dan weer, wat vooral bij jongere Duitstalige Belgen het geval blijkt te zijn.⁶⁷ Vanden Boer concludeert dat de Duitstalige Belgen zelfbewustzijn hebben ontwikkeld. Echter stelt ze ook vast dat de Belgische Staat op een dergelijke ontwikkeling en op het streven naar meer autonomie onvoldoende voorbereid was, waardoor “die Integration der deutschen Sprachgruppe in den anderssprachigen belgischen Staat nicht vervollständigt [ist] und die Gefahr [besteht], dass sie vergessen wird. [...] Die heutige Form des Föderalismus gibt den Deutschsprachigen keine gleichberechtigte Teilhabe im Staatswesen, jedoch eine komfortable Nischenposition”.⁶⁸ Het grootste conflictpotentiaal ligt volgens Vanden Boer in de politieke zichtbaarheid van de Duitstalige Belgen en in de toepassing van de taalwetgeving. De algemene mindere tevredenheid over de huidige positie van de DG in België en de ontwikkeling van een identiteitsbesef – vooral bij de jongeren en hoger opgeleiden – vormt een voedingsbodem voor het groeiende conflictpotentiaal tussen de Duitstalige en de niet-Duitstalige Belgen.⁶⁹

2.1.5. Van onderdrukking naar autonomie: de ontwikkeling van een eigen identiteit

De Duitstalige Belgen – in deze masterproef verwijst deze term naar de bevolking van de Duitstalige Gemeenschap – vormen een minderheid in België. In de negen Duitstalige Gemeentes van de DG leven ongeveer 77.000 inwoners: vooral Duitstalige Belgen, maar ook Nederlandstalige en Franstalige Belgen of buitenlanders.⁷⁰ Vermits er in België recent geen taaltellingen meer doorgevoerd werden, kan de verdeling niet precies worden weergegeven.⁷¹ De verdeling van de dichtheid van de bevolking tussen het noorden en het zuiden is echter opmerkelijk: het kanton Eupen (Eupen, Kelmis, Lontzen, Raeren) in het noorden is met 46.145 inwoners (205,5 inw/km²) drie keer dichter bevolkt dan het zuidelijke kanton Sankt Vith (Amel, Büllingen, Bütgenbach, Burg-Reuland, Sankt Vith) met 30.128 inwoners (47,9 inw/km²). Ongeveer 60 procent van de bevolking leeft in het noorden, de andere 40 procent van de inwoners leeft in het zuiden.⁷² Opvallend en relevant voor dit onderzoek is ook het pendelpercentage in de Duitstalige Gemeenschap: om en bij de 4.700 Duitstalige Belgen pendelen regelmatig voor het werk naar Duitsland, terwijl 3.170 personen uit de DG in Wallonië werken. Naar Vlaanderen en Brussel verplaatsen zich resp. slechts 394 en 320 werknemers.⁷³

De Duitse krant *Die Zeit* beschrijft de identiteit van de Duitstalige Belgen als “bijzonder royalistisch, zeer katholiek en een beetje *verquer* (nl. scheel, bijzonder, speciaal)”⁷⁴. Dat de Duitstalige Belgische identiteit überhaupt beschreven kan worden, heeft onder meer te maken met de bewogen historische ontwikkeling van de streek, die in hoofdstuk 2.1.3 nader toegelicht werd. Het identiteitsconflict dat de Duitstalige Belgen ook op de dag van vandaag nog kennen, is namelijk geen recente ontwikkeling, maar een decennialange evolutie. Uit een verkennend interview met David Mennicken, Oost-Belgisch historicus en auteur van *Heimatreue Front 1939-1940*, blijkt dat de bevolking van de geannexeerde kantons Eupen-Malmedy-Sankt Vith in de tijd na het Verdrag van Versailles drie keer door een hogere instantie – de Duitse en de Belgische staat – gedwongen werd een bepaalde identiteit aan te nemen.⁷⁵ Om een beeld van deze gedwongen

⁶⁷ Vanden Boer (2011:142)

⁶⁸ Vanden Boer (2011:149)

Vertaling (Désirée Radermacher): de integratie van de Duitse taalgroep in de meertalige Belgische Staat niet afgerond is en het gevaar reëel is dat de taal vergeten wordt. De huidige vorm van het federalisme geeft de Duitstalige Belgen geen evenwaardige deelname aan het staatswezen, maar een comfortabele nichepositie.

⁶⁹ Vanden Boer (2011:149)

⁷⁰ http://www.ostbelgienlive.be/desktopdefault.aspx/tabid-84/186_read-448/ (15/04/2017)

⁷¹ Schelstraete (2015:25)

⁷² Ministerium der DG (2015:3)

⁷³ Ministerium der DG (2015:3)

⁷⁴ *Die Zeit* (2005)

⁷⁵ Mennicken (2016); Wenselaers (2008)

identiteitsaanpassingen te schetsen, brengt dit hoofdstuk de evolutie van de identiteit door de jaren heen en de rol van de oorlogen bij deze ontwikkeling in kaart.

Zoals eerder toegelicht, moeten de nieuwe Belgen na WOI en met het besluit van het Verdrag van Versailles ongeacht hun Duitse cultuur, taal en identiteit, een verfransingspolitiek ondergaan – Selm Wenselaers noemt de Belgische praktijken het “mond dood maken” van de Oost-Belgen.⁷⁶ De bevolking is op dat moment opgesplitst in twee grote kampen: het pro-Duitse en het pro-Belgische kamp. De pro-Belgen accepteren hun nieuwe staatsburgerschap, leren snel Frans en nemen de Belgische identiteit aan. De pro-Duisters revolteren daarentegen en richten de *Heim-ins-Reich*-beweging op.⁷⁷ Het pro-Duitse kamp juicht de staatsgreep door Hitler in 1933 dan ook toe⁷⁸ en beschouwt de invallende Duitse troepen op 10 mei 1940 als bevrijders van de Belgische onderdrukking.⁷⁹ Nadat de nieuwe (pro- en contra-)Belgen jarenlang onder een verfransingspolitiek hadden geleefd, volgt nu de zogenaamde *Gleichschaltung* door Hitler.

[De] bedoeling [van de *Gleichschaltung*] was dat de gehele Duitse bevolking, die sinds het Verdrag van Versailles versnipperd geraakt was, terug samengevoegd wordt en terug als eenheid begint te voelen. Politiek, samenleving en cultuur moeten overal volgens het NS-regime nageleefd worden – ook in de Oostkantons. Dat had als gevolg dat pro-Belgische verenigingen, het *GrenzEcho* enz. verboden werden. Wie de NS-ideologie niet naleefde, werd aangehouden of erger.⁸⁰

Opnieuw moeten de Nieuwe Belgen hun identiteit aanpassen en moeten de pro-Belgen hun ware identiteit verbergen om geen gevaar te lopen te worden aangehouden, terwijl de pro-Duitse bevolking haar gevoelde Duitse identiteit in eerste instantie kan uiten. Na de Tweede Wereldoorlog verandert de situatie opnieuw. Met de Duitse nederlaag en de her-annexering van de Oostkantons bij België, begint er een denazificatieproces⁸¹.

*After the war, the East-Cantons returned to Belgium and suffered from extremely harsh purges. People were encouraged to show their true Belgian patriotism by betraying others, which caused deep wounds that, in some cases, persist even today. Regarding the number of legal procedures – a quarter of all inhabitants, women and children included, were accused of collaboration – one cannot help but suspect that the East Cantons were treated as a scapegoat.*⁸²

⁷⁶ Wenselaers (2008:79)

⁷⁷ Mennicken (2016:21); Wenselaers (2008:58)

⁷⁸ Zie figuur 4: “Frohe Mädels”, de vrouwelijke leden van een jeugdbeweging van de pro-Duitse beweging, juichen de Duitse troepen toe wanneer ze op 10 mei 1940 in Eupen invallen. (in bijlage 8.1.1.)

Zie figuur 5: De pro-Duitse bevolking versiert het stadhuis om de *Führer* te danken. (in bijlage 8.1.1.)

⁷⁹ Mennicken (2016:202)

⁸⁰ David Mennicken, interview op 7 april 2017; (in bijlage 8.2.1)

Zie figuur 6: De gesloten redactieruimtes van het *GrenzEcho* op de Marktplatz in Eupen. (in bijlage 8.1.1.)

⁸¹ Dewulf (2009:73)

⁸² Dewulf (2009:72)

“Na de oorlog werden de Oostkantons weer aan België toegekend en moesten zij zwaar boete doen. De bevolking werd aangemoedigd haar ware Belgische patriotisme te uiten door anderen te verraden. Dat heeft diepe verwondingen achtergelaten die, in sommige gevallen, nog op de dag van vandaag voelbaar zijn. Wat het aantal van rechtszaken betreft – een vierde van de bevolking, zelfs vrouwen en kinderen, werden beschuldigd van collaboratie – kan niemand anders dan vermoeden dat de Oost-Belgen als zondebok dienden.”

Vertaling: Désirée Radermacher

Zie ook figuur 7: De pro-Belgische bevolking versiert het stadhuis met een banner om de geallieerden te danken voor de bevrijding van de Duitsers. (in bijlage 8.1.1.)

Zie figuur 8: Na de oorlog roept burgermeester Zimmerman alle Eupenaars op om alle Duitse collaborateurs aan te geven (in bijlage 8.1.1.)

Deze interpretatie van Dewulf (2009) verduidelijkt dat de pro-Duitse bevolking haar gevoelde Duitse identiteit omwille van de achtervolging door de Belgische rechtbank na de Belgische herannexering niet meer openlijk mag uiten. Ook het gebruik van Duitse media wordt niet getolereerd. De pro-Belgische bevolking mag haar identiteit daarentegen eindelijk naleven, nadat het nationaalsocialistische beleid van Hitler de pro-Belgen jarenlang onderdrukt had. De bevolking van de Oostkantons past zich snel aan.⁸³ Onder meer omwille van de schuld die Duitsland na WOII toegekend wordt⁸⁴, proberen zij alle identificatie met Duitsland te vermijden.⁸⁵ Een voorbeeld daarvan is dat de Oost-Belgen – ondanks het feit dat ze eigenlijk Duitstalig zijn – aanvankelijk bewust geen Duitstalige partij oprichten, maar voor tweetalige partijen (Frans-Duits) en een tweetalig beleid kiezen.⁸⁶ Suggesties over een mogelijke politieke of culturele identiteit werden daarentegen met negatief geconnoteerde *Deutschtümelei*⁸⁷ geassocieerd. Zelfs in 1971, wanneer de eerste Duitstalige politieke partij, de CUW, opgericht wordt, beklemtoont deze partij op haar affiches expliciet géén *Heim-ins-Reich*-beweging⁸⁸ te zijn. Ook de keuze van de naam *Duitstalige Gemeenschap*, en niet *Duitse Gemeenschap*, blijkt een heel bewuste keuze te zijn geweest – in tegenstelling tot het Franstalige gedeelte van België, dat zichzelf *Franse Gemeenschap* noemt.⁸⁹

Door de verfransingspolitiek ontstaat er in de loop der jaren een gezamenlijke sociale Belgische identiteit. Dit Belgische identiteitsbesef van de volledige Belgische bevolking is volgens Lecours in de jaren zestig, met de vastlegging van de taalgrenzen, opgesplitst in regionale identiteiten. Deze regionale identiteiten vervingen de gezamenlijke sociale identiteit. Met de officiële erkenning van de Duitse Cultuurgemeenschap in 1970, en zeker met de staatsvorming van 1980⁹⁰, ontwikkelt ook de bevolking van de Duitstalige Gemeenschap haar eigen lokale identiteitsbesef.⁹¹ Daarbij speelt de Duitse taal, en dan zeker het sterke dialectgebruik in de DG, een grote rol.⁹²

Hoewel de autonomie onder meer met de staatsvorming in 1980 toegenomen is, staat de DG op economisch en territoriaal vlak onder de bevoegdheden van het Waalse Gewest.⁹³ De huidige minister-president Oliver Paasch streeft daarom naar een *Belgien zu viert* een vierde gewest, het Duitstalige Gewest. De voornaamste politieke partijen zijn het op dat vlak met hem eens:

*Wir sprechen uns vielmehr für ein solidarisches und einiges Belgien aus. Wir wollen ein Belgien, in dem wir mit den drei Partnern auf Augenhöhe miteinander reden. Damit liegen wir auf einer Linie mit den anderen etablierten Parteien: ob Sozialisten, Christsoziale, Liberale oder Grünem – wir alle wollen ein Belgien zu viert.*⁹⁴

⁸³ Dewulf (2009:73)

⁸⁴ Mennicken: interview 7 april 2017 (in bijlage 8.2.1.)

⁸⁵ Dewulf (2009:73); Mennicken: interview 7 april 2017 (in bijlage 8.2.1.)

⁸⁶ Dewulf (2009:73)

⁸⁷ Dewulf (2009:73)

⁸⁸ Dewulf (2009:79)

⁸⁹ Lecours (2001:62)

⁹⁰ Lecours (2001:60-64); Vanden Boer (2011:31), Wenselaers (2008:144)

⁹¹ Darquennes (2006), geciteerd in Schelstraete (2015:28)

⁹² Dewulf (2009:70)

Meer informatie over het taalgebruik in hoofdstuk 2.1.5.

⁹³ Meer informatie in hoofdstuk 2.1.3

⁹⁴ Aachener Zeitung (2014)

“Wij pleiten voor een solidair en verenigd België. Wij willen een België waarin wij met de andere drie partners op gelijke voet staan. Daarmee liggen wij [de partij ProDG] in lijn met de andere gevestigde partijen: de socialisten, de christensocialen, de liberalen of de groenen – wij allen willen een *Belgien zu viert*.”

Vertaling: Désirée Radermacher

Een Forsa-onderzoek in 2014 toonde aan dat de mening van de bevolking omtrent dit onderwerp uiteenlopend is: 45 procent van de respondenten geeft aan eveneens naar een zevende staatshervorming en daarmee de erkenning van een Duitstalig Gewest te streven. 48 procent van de respondenten pleit daarentegen ervoor dat de Duitstalige Gemeenschap bij het Waalse Gewest blijft behoren.⁹⁵ Bovendien geeft in hetzelfde onderzoek 31 procent van de bevolking aan Oost-België zijn 'thuis' te noemen, waartegen slechts 9 procent van de bevolking België zijn 'thuis' noemt (andere opties waren: DG, Eupener Land en Eifel). Uit deze cijfers en de historische ontwikkeling is af te leiden dat in de Duitstalige Gemeenschap zowel de nationale, Belgische identiteit, maar ook de regionale, Duitstalige identiteit sterk staan. Vanden Boer (2011) omschrijft de Belgische identiteit met drie parameters: talenkennis, getrouwheid aan de koning en patriottisme.⁹⁶ Hoe minder aanwezig deze drie parameters in een gemeenschap zijn, hoe sterker de regionale identiteit naar voren komt. Volgens Vanden Boer is de nationale identiteit (Belgisch) het grootst bij de oudere inwoners van de DG en voelen lager geschoolden en mensen met een slechtere kennis van het Frans voornamelijk een regionale identiteit (Duitstalig).

Selm Wenselaers vindt dat "de rest van België nog heel wat van de Duitstalige Belgen [kan] leren" omdat ze drie landstalen spreken en zich niet "[laten] opsluiten in één identiteit".⁹⁷ De Duitstalige Gemeenschap presenteert zich op haar website dan ook zelf als divers en toegankelijk:

[...] De DG ligt in het oosten van België – op het snijpunt van de Germaanse en Romaanse cultuur. Een open en vrijmoedige geest, een vlotte meertaligheid en internationale uitwisseling liggen als vaste waarden in de dagdagelijkse samenleving verankerd. De Oost-Belgen profiteren van invloeden uit Duitsland en Nederland, maar staan net zo zeer open voor invloeden uit Vlaanderen, Wallonië en Luxemburg. Veel waarheid bevat het gezegde dat zij 'werken als Duitsers en leven als Fransen', want het zijn harde werkers maar ook levensgenieters.⁹⁸

Zöllner (2012) stelt vast dat de DG zichzelf als een regio presenteert waarin, naast de Belgische en Duitstalige identiteit, ook de Europese identiteit een rol speelt. Alleen al de imagefilm van de Duitstalige Gemeenschap uit 2006 kreeg de titel *DG. Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens. Eine europäische Region*, stelt hij vast.⁹⁹ Maar ook andere onderzoekers bevestigen deze interpretatie. Bijvoorbeeld draagt de Euregio Maas-Rijn volgens Wenselaers (2008) ertoe bij dat de Duitstalige Belgen het niet meer als taboe beschouwen om in Duitsland boodschappen te doen. De mentale barrières worden verbroken, maar toch wil de Duitstalige Belg niet als Duitser worden beschouwd.¹⁰⁰ Uit verkennende gesprekken met een tiental Duitstalige Belgen in het kader van deze masterproef blijken de Duitstaligen een mogelijke identificatie met Duitsland inderdaad steeds te willen voorkomen. Een 50-jarige respondente geeft bijvoorbeeld aan tijdens een vakantie met vrienden in Italië T-shirts te hebben laten bedrukken waarop een Belgische vlag te zien is met het onderschrift "Belgen, maar helaas Duitstalig". De reden hiervoor is volgens de respondente dat zij en haar vrienden herhaaldelijk als Duitsers werden aangesproken en dat zij dat naar eigen zeggen beschamend vindt. Een ander voorbeeld van de angst voor Duitse identificatie is het verhaal van een jonge vrouw (21). Zij geeft aan tijdens festivals – zowel in België als in Duitsland – steeds

⁹⁵ Forsa (2014:72)

⁹⁶ Vanden Boer (2011:138-141)

⁹⁷ Wenselaers (2008:11)

⁹⁸ http://www.dg.be/nl/desktopdefault.aspx/tabid-2806/5350_read-34679/ (1/05/2017)

⁹⁹ Zöllner (2012:13)

¹⁰⁰ Wenselaers (2008:173)

een Belgische vlag boven de kampeerplaats of aan de auto te hangen om duidelijk te maken dat zij en haar vrienden, ondanks het Duits taalgebruik, geen Duitsers zijn.¹⁰¹

Rasinger (2009) toont aan de hand van een Oostenrijks-Sloveens voorbeeld aan dat er een duidelijk verband is tussen taal en identiteit en dat die verhouding door de geschiedenis en ideologie beïnvloed wordt en met verloop van tijd evolueert.¹⁰² Quadflieg (2016) stelt vast dat de toekomst van de DG in de tweetaligheid van haar bewoners ligt. Volgens hem is het zwijgen van de jaren tijdens en na de onderdrukking nu eindelijk verbroken en begint de bevolking van de Duitstalige Gemeenschap op basis van een gemeenschappelijke geschiedenis, taal en cultuur aan haar eigen identiteit als Duitstalige Belgen te bouwen.¹⁰³ De beslissing van de DG om voortaan de naam *Ostbelgien* te gebruiken voor alle communicatie op vlak van toerisme, economie en onderwijs, maar ook naar de bevolking toe¹⁰⁴, lijkt deze stelling van Quadflieg te bevestigen. Het Duitstalige aspect is uit deze benaming namelijk volledig verdwenen, het Belgische aspect komt daarentegen nu sterker naar voren dan bij de vorige benaming. Het ministerie van de Duitstalige Gemeenschap verklaart haar keuze voor de naam *Ostbelgien* als volgt:

*Das Wort Ostbelgien beschreibt, wo es ist, was es ist und dass wir hier zu Hause sind. Das waren die wesentlichen Argumente, die bei der Festlegung auf den Begriff „Ostbelgien“ für das Standortmarketing ausschlaggebend waren.*¹⁰⁵

Deze keuze is volgens Pascale Müllender, referente voor regionale ontwikkeling van het ministerie van de DG, gebaseerd op een onderzoek van Forsa, het wetenschappelijk instituut voor wetenschappelijk onderzoek in Duitsland. Uit dit onderzoek in 2014 blijkt dat 32 procent van de Duitstalige Belgen spontaan Oost-België zijn *Heimat* noemt, tegenover slechts 18 procent, die spontaan de Duitstalige Gemeenschap hun thuis noemt.¹⁰⁶

2.1.6. Het medialandschap in de Duitstalige Gemeenschap

Deze paragraaf benadert het medialandschap in de Duitstalige Gemeenschap. Hij brengt in kaart welke Belgische mediabronnen op dit moment voor de Duitstalige Belgen in hun moedertaal beschikbaar zijn. Verkennende semigestructureerde interviews¹⁰⁷ met de (hoofd)redacteuren van de verschillende mediahuizen vormen een goede basis om de werking van de mediahuizen te begrijpen en om te achterhalen op welke manier de redactie bepaalt welk nieuws (Duits vs. Belgisch) kranten, radio en televisie publiceren en welke bronnen (Duits vs. Belgisch) ze daarvoor gebruiken. Om een volledig en objectief beeld van de aanpak in de verschillende mediahuizen te schetsen, vonden er verschillende interviews plaats met Christian Schmitz, redacteur van het *GrenzEcho* (krant/online), Rudi Schroeder, hoofdredacteur van *BRF* (radio/TV/online), Gerard Cremer, hoofdredacteur van *Ostbelgien Direkt* (online).

2.1.6.1. Print- en onlinemedium *GrenzEcho*

In de zomer van 1927, enkele jaren nadat de kantons Malmedy, Eupen en Sankt Vith aan België toegekend werden, richt de pro-Belgische bevolking het *GrenzEcho* op als reactie tegen de

¹⁰¹ Zie Figuur 8: Duitstalige jongeren met een Belgische vlag als symbool van hun nationaliteit (in bijlage 8.1.1.)

¹⁰² Rasinger (2014:581); Schelstraete (2015:12)

¹⁰³ Quadflieg (2016:7)

¹⁰⁴ [http://www.ostbelgien-neu-entdecken.be/desktopdefault.aspx/tabid-5165/ \(1/052017\)](http://www.ostbelgien-neu-entdecken.be/desktopdefault.aspx/tabid-5165/ (1/052017))

¹⁰⁵ E-mailcontact met Pascale Müllender, referente voor regionale ontwikkeling, Ministerie van de DG (04/05/2017)

“Het woord *Ostbelgien* beschrijft waar het is, wat het is en dat wij ons hier thuis voelen. Dat waren de voornaamste argumenten, die voor de keuze van *Ostbelgien* als nieuwe naam voor onze vestigingsmarketing sprak.” Vertaling: Désirée Radermacher

¹⁰⁶ Forsa (2014:18)

¹⁰⁷ Alle interviews in bijlage 8.2.

vijf bestaande pro-Duitse kranten.¹⁰⁸ Ondertussen zijn de vijf concurrerende kranten verdwenen, zodat op de dag van vandaag het *GrenzEcho* het enige Duitstalige dagblad in België is.¹⁰⁹ De krant behoort tot de *Grenz-Echo AG*, waaronder ook de uitgeverij GEV (*Grenz-Echo Verlag*), diverse onlineportalen, magazines en periodika voor verschillende doelgroepen (met betrekking tot onder meer voetbal, gastronomie, televisie, auto's en shopping) vallen.¹¹⁰ Gedurende vier jaar (2012-2016) bekleden Lutz Bernhardt en Heinz Gensterblum samen de functie van hoofdredacteur.¹¹¹ Sinds Bernhardt het *GrenzEcho* in juni 2016 verliet, werd de positie van de hoofdredacteur niet opnieuw ingevuld.¹¹² Sinds 1996 kunnen de lezers de krant ook online raadplegen.¹¹³ Het *GrenzEcho* is sinds 2010 eveneens actief op Facebook, waar online-redacteurs dagelijks een tiental relevante artikelen met om en bij de 12.900 volgers delen.¹¹⁴ In april 2010 richt de online-redactie eveneens een Twitter-account op, waarop het online-team op onregelmatige basis relevante artikels verspreidt. Ongeveer 1.200 Twittergebruikers volgen het *GrenzEcho* via deze weg.¹¹⁵ Christoph Wetzels, de webmaster van het *GrenzEcho* stelde in het kader van deze masterproef enkele statistische gegevens ter beschikking. Daaruit blijkt dat het *GrenzEcho* om en bij 7.450 print-abonnees heeft (waarvan 3.300 geregistreerd zijn voor het online-aanbod) en een 460-tal abonnees voor het betalende online-aanbod. 80 procent van de website-bezoekers (ongeveer 4,400 *unique visitors* per dag) zijn echter niet geregistreerd en hebben daardoor enkel toegang tot het beperktere gratis-aanbod. Deze cijfers zijn voor dit onderzoek interessant vermits de gekozen stimuli voor het experiment baseren op het gratis-aanbod van de verschillende kanalen.

2.1.6.2. Onlineportaal *Ostbelgien Direkt*

Eind augustus 2012 richt Gerard Cremer, de voormalige hoofdredacteur van het *GrenzEcho*, het online-nieuwsportaal *Ostbelgien Direkt* op. Zoals de naam suggereert, ligt de focus bij dit webportaal op lokale en regionale berichtgeving. Oost-België staat centraal, maar desalniettemin bespreekt het onlinemagazine ook relevante nationale en internationale thematiek.¹¹⁶ Gerard Cremer, hoofdredacteur en eigenaar, beschrijft zijn portaal als een „Beitrag [...] zur Presse- und Meinungsfreiheit in der Deutschsprachigen Gemeinschaft. Deshalb soll *Ostbelgien Direkt* auch anders sein als die traditionellen Medien: unabhängiger, unbekümmerter, eben direkter.“¹¹⁷ Naast en website beschikt *Ostbelgien Direkt* ook over twee kanalen op sociale media. De Facebookpagina, waarop dagelijks de belangrijkste artikels verschijnen, heeft ongeveer 9.520 volgers¹¹⁸, 585 personen volgen de Twitterpagina, waar dezelfde artikels verschijnen als op de Facebookpagina.¹¹⁹ De website van *Ostbelgien Direkt* wordt dagelijks gemiddeld 13.000 tot 15.000 keer geopend, wat neerkomt op 5 miljoen paginaoproepen per jaar. Deze cijfers komen echter niet altijd overeen met individuele personen, vermits de analysetool enkel paginaoproepen via individuele toestellen telt, terwijl veel bezoekers de pagina via meerdere toestellen (gsm, tablet, laptop en dergelijke) raadplegen. Cremer schat dat jaarlijks ongeveer 700.000 *unique visitors* zijn portaal bezoeken.¹²⁰

¹⁰⁸ Meer details over de historische relevantie in 2.1.5.

¹⁰⁹ <http://www.grenzecho.net/unternehmen/historie> (13/04/2017)

¹¹⁰ <http://www.grenzecho.net/unternehmen/produkte> (14/04/2017)

¹¹¹ <http://www.grenzecho.net/unternehmen/historie> (14/04/2017)

¹¹² <http://brf.be/regional/1003504/> (14/04/2017)

¹¹³ <http://www.grenzecho.net/unternehmen/historie> (14/04/2017)

¹¹⁴ <https://www.facebook.com/GRENZECHO.net> (14/04/2017)

¹¹⁵ <https://twitter.com/grenzechonet> (14/04/2017)

¹¹⁶ <https://www.linkedin.com/company-beta/2678461/?pathWildcard=2678461> (14/04/2017)

¹¹⁷ https://www.facebook.com/pg/ostbelgiendirekt/about/?ref=page_internal (14/04/2017)

“een bijdrage aan de persvrijheid en vrije meningsuiting in de Duitstalige Gemeenschap. Daarom moet *Ostbelgien Direkt* anders zijn dan traditionele media: onafhankelijker, onbezorgder en directer.”

Vertaling: Désirée Radermacher

¹¹⁸ <https://www.facebook.com/ostbelgiendirekt/?fref=ts> (14/04/2017)

¹¹⁹ <https://twitter.com/ostbeldirekt?lang=de> (14/04/2017)

¹²⁰ Interview met Gerard Cremer (zie bijlage 9.2.)

2.1.6.3. Radio- en televisiezender *Belgischer Rundfunk*

De *Belgische Rundfunk (BRF)* is de Belgische publieke omroep van de Duitstalige Gemeenschap.¹²¹ Op 1 oktober 1945 zond de *BRF* – toen onder de naam *ELA (Emission en Langue Allemande)* – zijn eerste radio-uitzending vanuit de Place Flagey in Brussel uit. Net zoals het *GrenzEcho*, is ook het ontstaan van de *BRF* een pro-Belgische reactie op de pro-Duitse propaganda in de Oostkantons.¹²² In 1964 wordt *ELA* omgedoopt in *Belgischer Hör- und Fernsehfunk (BHF)*. Sinds 1977 heet de radio- en televisiezender *BRF (Belgisches Rundfunk- und Fernsehzentrum für deutschsprachige Sendungen)*. Twee jaar later verhuist de redactie van Brussel naar Eupen en in 1983 krijgt de *BRF* een tweede studio in Sankt Vith.¹²³ In 1993 voegt de *BRF* ook wekelijkse Tv-uitzendingen aan zijn aanbod toe. Vanaf 1999 zijn er dagelijkse uitzendingen en sinds 2012 zendt het dankzij *Via Euregio* ook euregionale bijdragen uit.¹²⁴ Op zijn website beschrijft de *BRF* zijn taak als volgt:

*[Der BRF] versteht sich als ein Medium, das in erster Linie zu informieren hat: für und über die Deutschsprachige Gemeinschaft, über Belgien, die Euregio, aber auch über das internationale Geschehen.*¹²⁵

Om een breed publiek en verschillende doelgroepen te bereiken, splitst de *BRF* zijn programma in 2001 op in *BRF1* (pop- en rockmuziek), *BRF2* (schlager en volksmuziek) en het programma *Deutschlandfunk-BRF*.¹²⁶ Sinds 2004 ondersteunt een onlineredactie de werking van de *BRF*. In 2015 vernieuwt de zender zijn volledige uitstraling op het web in het kader van *Internet First*¹²⁷. Sindsdien winnen de website, het bewegende beeld en sociale netwerken steeds meer aan belang.¹²⁸ Op Facebook onderhoudt de *BRF* drie kanalen, waaronder *BRF1* met 3.787 volgers¹²⁹, *BRF2* met 1.720 volgers¹³⁰ en *BRF Nachrichten* met 3.365 volgers¹³¹; op Twitter volgen 647 mensen¹³² het profiel van de publieke omroep. Een enquête van Forsa bij 1.003 personen uit de negen gemeentes van de Duitstalige Gemeenschap begin 2017 toont aan dat *BRF* met zijn programma's *BRF1* en *BRF2* in de Duitstalige Gemeenschap marktleider zijn. 56 procent van de bevolking, voornamelijk 40- tot 49-jarigen, luistert naar *BRF1*; 40 procent, vooral mensen ouder dan 66 jaar, luistert naar *BRF2*. De enquête toont ook aan dat de sterkste concurrentie van de *BRF* uit Duitsland komt: de populairste Duitse programma's zijn *1Live*, *WDR2* en *100,5-Das Hitradio*.¹³³

2.1.6.4. Andere media

Naast het *GrenzEcho*, *Ostbelgien Direkt* en *BRF*, de drie belangrijkste Duitstalige Belgische mediakanalen voor de Duitstalige Belgen, zijn er ook een aantal andere kanalen beschikbaar:

¹²¹ <http://u.brf.be/> (14/04/2017)

¹²² <http://u.brf.be/profil/geschichte/> (14/04/2017)

¹²³ <http://u.brf.be/organisation/standorte/> (14/04/2017)

¹²⁴ <http://u.brf.be/profil/geschichte/> (14/04/2017)

¹²⁵ <http://u.brf.be> (14/04/2017)

Vertaling (Désirée Radermacher): de *BRF* is een medium dat in eerste instantie informatie verschaft voor en over de Duitstalige Gemeenschap, België en de Euregio, maar ook over internationale kwesties.

¹²⁶ <http://u.brf.be/profil/geschichte/> (14/04/2017)

¹²⁷ <http://u.brf.be/wp-content/uploads/sites/5/2015/05/BRF-Tätigkeitsbericht-2015.pdf> P. 8 (14/04/2017)

¹²⁸ <http://u.brf.be/profil/geschichte/> (14/04/2017)

¹²⁹ <https://www.facebook.com/brf1be17>

¹³⁰ <https://www.facebook.com/BRF2.Eupen> (14/04/2017)

¹³¹ <https://www.facebook.com/BRFNachrichten> (14/04/2017)

¹³² <https://twitter.com/brfnachrichten> (14/04/2017)

¹³³ Toni Wimmer, directeur van *BRF*, stelde een deel van het verslag van dit onderzoek door Forsa in het kader van deze masterproef ter beschikking.

Print¹³⁴

- *Wochenspiegel* is een gratis krant met onder meer korte redactionele teksten, reclame, overlijdensberichten en de programmatie van de bioscoop. Het reclameblad verschijnt iedere woensdag in het *Eupener Land*. Wekelijks worden er om en bij 32.300 exemplaren verdeeld.
- *Kourier Journal* is de tegenhanger van de *Wochenspiegel* in de regio Sankt Vith. Ongeveer 35.500 exemplaren worden in de vijf gemeentes (Bütgenbach, Büllingen, Amel, Sankt Vith, Burg Reuland) en in het noorden van het groothertogdom Luxemburg verdeeld.
- *Treffpunkt* is een gratis magazine waarin maandelijks reclame, tips over evenementen en enkele redactionele bijdragen verschijnen. Het magazine ligt in een honderdtal winkels en wordt via mail naar een 25.000-tal ontvangers verzonden.

Radio

- *Radio Contact* is een Duitstalige Belgische privé-zender. Het uitzendgebied bleef lang beperkt tot het noorden van de Duitstalige Gemeenschap. Pas sinds 2002 ontvangt ook het zuiden van de DG *Radio Contact*.¹³⁵ Op 8 mei 2017 maakt de zender zijn nieuw concept en de samenwerking met de *GrenzEcho*-redactie bekend. Het doel is moderne muziek en regionaal nieuws voor het zuiden en noorden van de Duitstalige Gemeenschap beschikbaar te maken.¹³⁶
- *Radio Sunshine* is een privé-zender die schlager- en volksmuziek uitzendt. Zijn luisteraars zijn vooral in het noorden van de Duitstalige Gemeenschap, in Aken (Duitsland) en Zuid-Limburg (Nederland) te vinden.¹³⁷
- *Radio 700* is een privé-zender die schlager- en oldiemuziek uitzendt. Het publiek bestaat vooral uit mensen in de Belgische en Duitse *Eifel*, Noord-Luxemburg en delen van Wallonië.¹³⁸

Online

- *Belgieninfo.net* is een webportaal dat nieuws en informatie in het Duits ter beschikking stelt. De website heeft naar eigen zeggen als doel “alle Duitstaligen, meer bepaald Duitse, Oostenrijkse, Luxemburgse en Zwitserse staatsburgers, die met hun gezin naar België gekomen zijn, om zich snel in hun nieuwe omgeving te oriënteren.”¹³⁹
- *Flanderninfo.be* is het Duitstalige online-portaal van de VRT dat dagelijks „aktuell in Text, Bild und Video über Politik, Gesellschaft, Wirtschaft, Kultur, Sport und Leben in Flandern und Belgien [berichtet].“¹⁴⁰

Deze uitvoerige schets van de Duitstalige Belgische media toont aan dat het aanbod voor de bevolking van de DG om Belgische media in hun moedertaal te consumeren, vrij beperkt is. De Duitstalige Belgen maken om deze reden gebruik van Duitse mediakanalen (televisie, radio en geschreven media). Zoals eerder toegelicht, toont onderzoek door Born & Dickgießer (1989) aan dat Duitse media in de Duitstalige Gemeenschap al in de jaren '80 sterk domineerde boven de Duitstalige Belgische kanalen. De enquête in het kader van deze masterproef (3.1.) zal achterhalen op welke manier de Duitstalige Belgen deze Duitstalige Belgische kanalen, maar ook de Duitse en anderstalige Belgische kanalen, gebruiken.

2.2. Media, framing en identiteit

Nadat het eerste deel van de literatuurstudie een brede schets maakte van de Duitstalige Gemeenschap, haar plaats binnen België, haar geschiedenis, de identiteit van haar bevolking en tot slot het medialandschap, gaat het tweede deel nu dieper in op de rol van media bij de ontwikkeling

¹³⁴ Forsa (2017)

¹³⁵ <http://www.grenzecho.net/politik/ostbelgien/der-weg-zu-radio-contact-ostbelgien-now> (08/05/2017)

¹³⁶ <http://www.grenzecho.net/region/eupener-land/eupen/alles-auf-anfang-bei-radio-contact> (08/05/2017)

¹³⁷ <http://radio-sunshine.info/senderdaten.html> (15/04/2017)

¹³⁸ <http://www.radio700.de/> (15/04/2017)

¹³⁹ http://www.belgieninfo.net/wp-content/uploads/2014/04/satzungsbestimmungen_nl.pdf (p. 2) (2/05/17)

¹⁴⁰ <https://www.facebook.com/flanderninfo/> (2/05/17)

Vertaling (Désirée Radermacher): “[...] dat dagelijks actueel in tekst, foto’s en video’s over politiek, samenleving, economie, cultuur, sport en lifestyle in Vlaanderen en België bericht.

van een identiteit (2.2.1) en de impact van framing op de perceptie en identiteit van de mediaconsument (2.2.2).

2.2.1. Mediale en sociale identiteit

De literatuur over de correlatie tussen media en identiteit leidt onvermijdelijk tot de vraag of de gebruikte media de identiteit van de consument beïnvloeden en omgekeerd, of de identiteit van de consument een invloed op de keuze van de media heeft. Sabine Trepte (2004) toont in haar onderzoek aan dat verschillende factoren bijdragen tot de keuze van bepaalde media. Twee belangrijke factoren zijn volgens haar enerzijds de nationale en anderzijds de sociale identiteit van de consument.¹⁴¹ Recent marktonderzoek in Duitsland toont bijvoorbeeld aan dat tv-programma's, die een grote inhoudelijke overeenkomst met het alledaagse leven van het Duitse publiek vertonen (namelijk Duitse producties die in een typische Duitse omgeving spelen), een veel groter marktaandeel hebben dan bijvoorbeeld populaire en veel duurdere US-Amerikaanse producties.¹⁴² De reden hiervoor is wellicht de culturele en persoonlijke identificatie, die de consument met de personages en omgeving voelt.¹⁴³ Een binationaal onderzoek aan een Amerikaanse en een Duitse universiteit kon aantonen dat sociale identiteitsfactoren (bijvoorbeeld gender) een grote invloed op de mediakeuze hebben. Het experiment kon echter niet eenduidig bewijzen dat de nationale identiteit bij deze keuze expliciet een rol speelt.¹⁴⁴

Aan de ene kant staat dus de identiteit, die de keuze van de kanalen beïnvloedt; daartegenover staat echter de vraag of deze kanalen ook een invloed hebben op de identiteit. Waisbord (2001) toont aan dat de media naast andere communicatie- en interactiekanalen een belangrijke rol spelen bij de ontwikkeling van een eigen identiteit.¹⁴⁵ Vooral media met een lokaal verband spreken de consument in het bijzonder aan en ondersteunen de ontwikkeling en het behoud van een nationale en sociale identiteit.¹⁴⁶ Schulz (2003) beklemtoont echter, net zoals Trepte (2004), dat de media niet enkel een causale invloed op de identiteitsontwikkeling hebben, maar dat de keuze van bepaalde kanalen op basis van het identiteitsbesef gebeurt.¹⁴⁷ Er blijkt dus niet enkel een causale, maar veeleer een circulaire verhouding te zijn tussen de keuze van bepaalde mediakanalen en de invloed van deze kanalen op de identiteit van de consument. Dit circulaire verband tussen mediakeuze en invloed op de identiteit kan echter niet zonder meer op de Duitstalige Belgen toegepast worden. De eerste stap, de keuze voor de Duitse i.p.v. de Belgische mediakanalen, gebeurt voornamelijk omwille van een onvoldoende Duitstalige Belgische tegenaanbod. In de tweede stap, de keuze van specifieke programma's, spelen de persoonlijke voorkeur en de identiteit van de consument echter wellicht wel een rol. Mikos, Hoffmann en Winter (2004) bevestigen het vermoeden dat media een cruciale rol spelen bij de ontwikkeling van een identiteit. Zij gaan er immers van uit dat de consumptie van mediale input via radio, televisie of internet de consument helpt zichzelf te positioneren ten opzichte van anderen. Vooral jongeren ontwikkelen een eigen identiteit door deze positionering, met andere woorden distantiëring of net vereenzelviging met onder meer personages en situaties in films, castingshows of reality-programma's.¹⁴⁸

2.2.2. Framing in de media en identiteitsontwikkeling

De vaststelling dat de Duitse mediakanalen een invloed op de identiteitsontwikkeling van de Duitstalige Belgen hebben, leidt tot de vraag welke frame deze op Duitsland gerichte berichtgeving ten opzichte van België oproept en in welke mate de framing van België een invloed heeft op de

¹⁴¹ McQuail (2000); Trepte (2004 :230)

¹⁴² Trepte (2004 :230)

¹⁴³ Mikos (1998); Trepte (2002); Trepte (2004:230)

¹⁴⁴ Trepte (2004:236)

¹⁴⁵ Trepte (2004:241); Waisbord (2001)

¹⁴⁶ Schulz (2003); Trepte (2004:244)

¹⁴⁷ Schulz (2003); Trepte (2004:235)

¹⁴⁸ Mikos, Hoffmann & Winter (2004)

perceptie en identiteitsontwikkeling van de Duitstalige Belgische consumenten. Dit hoofdstuk bespreekt de literatuur over framing-effecten en -strategieën (2.2.2.1) alvorens dieper in te gaan op de voor deze masterproef relevante duur van framing-effecten (2.2.2.2).

2.2.2.1. Framing, zijn effecten en strategieën

Van Gorp en van der Goot (2009:20) beschrijven framing als een manier waarop onder meer de media vorm kunnen geven aan hun berichtgeving over een bepaald onderwerp.

De berichtgeving in kranten, het nieuws op televisie, discussiefora op het internet, reclame en allerlei informatiekkanalen vervullen een cruciale rol in het dynamische proces van betekeniscreatie omdat ze bijkomende betekenislagen m.b.t. de kwestie aanbieden. Iedere mogelijke invalshoek vormt een frame en is te begrijpen als een onderliggende betekenisstructuur in een boodschap die op impliciete wijze de ontvanger suggereert hoe deze te begrijpen valt.

Onderzoek door Jaspaert et. al. (2011) toont aan dat framing – en meer bepaald *Simplifying Models* – een duidelijk effect hebben op de manier waarop ontvangers informatie over complexe of abstracte onderwerpen verwerken.¹⁴⁹ In communicatiestrategieën wordt er doorgaans gebruik gemaakt van *Simplifying Models* om abstracte of complexe onderwerpen op een vereenvoudigde manier te bespreken. *Simplifying Models* brengen de betekenis van een bekend onderwerp of concept over naar een onbekend of abstract concept. Deze systematische *mapping* van bekende naar onbekende structuren bevordert het informatieverwerkingsproces bij de ontvanger.¹⁵⁰ Een experiment in het kader van het onderzoek van Jaspaert et. al. (2011) wees uit dat het effect deels verbonden is aan de al dan niet expliciete presentatie van de informatie of frame in kwestie. De onderzoekers concluderen dat “carefully constructed and applied [Simplifying Models] could be powerful instruments in helping people to see the bigger picture in complicated matters”.¹⁵¹ Met betrekking tot het onderzoek in het kader van deze masterproef roept deze conclusie de vraag op of framing en *Simplifying Models* in de berichtgeving over België in de Duitse media een invloed hebben op de manier waarop de mediaconsument de informatie opneemt en verwerkt en of dat effect uiteindelijk ook de identiteit van de Duitstalige Belgische consumenten zou kunnen beïnvloeden.

De bevindingen van Kepplinger, Geiss en Siebert (2012) vullen het eerder besproken onderzoek met betrekking tot de effecten van framing en van *Simplifying Models* verder aan. Zij gaan uit van het feit dat massamedia, wanneer ze berichten over de schending van sociale normen en waarden door een bekende persoon, de veroorzaakte schade aantonen en de verantwoordelijkheid attribueren aan de persoon of instantie in kwestie. De toekenning van deze verantwoordelijkheid vormt een frame dat bij de consument een cognitieve en emotionele reactie of mening oproept.¹⁵² Uit het onderzoek van Kepplinger, Geiss en Siebert blijkt dat de media de verantwoordelijkheid voor bepaalde gebeurtenissen zelden concreet aan een persoon of instantie toewijst, maar dat de consument de suggestieve verwijzingen in de media als kader gebruikt om de informatie te verwerken. De cognitie, emotie en mening van de consument ontstaan dus niet enkel door het overnemen van de media-input, maar “[...] recipients process the content based on individual frames. They complement fragmentary media frames and generate consistent

¹⁴⁹ „[Simplifying Models] are considered to be an important part of a general communication strategy because they offer a ‘tangible’ perspective on complex and abstract issues through the use of concrete or specific images.” Jaspaert et.al. (2011:463)

¹⁵⁰ Jaspaert et.al. (2011:463)

¹⁵¹ Jaspaert et.al. (2011:486)

¹⁵² Kepplinger, Geiss & Siebert (2012:659)

impressions based on media cues. Their judgments and emotional reactions go beyond the media's depictions and induce corresponding behavioral intentions.”¹⁵³

Recent onderzoek door Seyranian (2014) bespreekt de correlatie tussen framing en sociale identiteit. Seyranian beschrijft sociale identiteit als een *self-concept* dat ontstaat aan de hand van de kennis en emotionele verbondenheid met een specifieke – al dan niet etnische – groep.¹⁵⁴ Hoe groter deze specifieke groep, hoe groter de behoefte om zichzelf aan de hand van het lidmaatschap te definiëren en hoe groter de behoefte om bij de groep in kwestie te passen, onder meer door aanpassing aan bepaalde normen, waarden en prototypes.¹⁵⁵ Seyranian (2014) onderzoekt voornamelijk de impact van *Social identity framing* door groepsleiders om een gedragsverandering, met andere woorden een verandering van de sociale identiteit, teweeg te brengen.¹⁵⁶ Echter leveren de resultaten van dat onderzoek bevindingen op die ook in het kader van deze masterproef interessante stellingen toelaten. Seyranian (2014) concludeert uit haar onderzoek dat onder meer het gebruik van *inclusive language* een invloed op de sociale identiteit van de groepsleden als gevolg had. Wanneer groepsleiders gebruik maakten van inclusief taalgebruik ('wij', 'ons', verwijzingen naar de groep in kwestie en dergelijke) vertoonden de groepsleden een positievere houding ten opzichte van de groepsleider, beschouwden ze hem als betrouwbaarder en overtuigend, accepteerden ze zijn mening of visie als normatief voor de groep en waren ze bereid om collectief actie te nemen om de doelen van de groepsleider te bereiken of zijn visie om te zetten.¹⁵⁷ Een tweede belangrijk aspect bleek het gebruik van *positive social identity language* te zijn. Seyranian vermoedt dat het gebruik van inclusief taalgebruik een verhoging van de algemene positieve houding teweegbrengt, wat een bevorderende invloed op de collectieve zelfwaardering blijkt te hebben en uiteindelijk bijdraagt tot een positieve houding en toewijding op lange termijn.¹⁵⁸ Bij overdracht van de resultaten naar de relatie tussen media en mediaconsument (in plaats van groepsleider en groepsleden) impliceert deze conclusie dat media vooral een impact op de identiteit van de groepsleden (lees: mediaconsumenten) hebben wanneer zij een inclusief taalgebruik hanteren. Hoofdstuk 4.2.1. zal het taalgebruik, dat de Duitstalige Belgische media hanteren, nader toelichten om te onderzoeken of het effect van *inclusive language* en *positive social identity language* ook bij de Duitstalige Belgen van belang zou kunnen zijn.

2.2.2.2. De duur van framing-effecten

Een voor dit onderzoek bijzonder belangrijke vraag, die opkomt met de studie van de literatuur over de impact van framing en van *Simplifying Models*, is de vraag over de duur van deze mediale impact door framing op de houding van de mediaconsument.

Van Gorp (2004) toont met behulp van een experiment aan dat framing in de nieuwsberichtgeving vooral een rol speelt bij de initiële interpretatie van gebeurtenissen en dat het effect op de attitude op lange termijn minder uitgesproken is. Van Gorp gebruikt gemanipuleerde berichtgeving over een bepaald onderwerp om aan de hand van voor- en nametingen na te gaan of de stimuli een impact op de attitude van de proefpersonen hebben. Bij 74,5 procent van de

¹⁵³ Kepplinger, Geiss & Siebert (2012:659)

„[...] de ontvanger verwerkt de inhoud aan de hand van individuele frames. Hij vervolledigt gefragmenteerde mediaframes en genereert consistente waarnemingen die baseren op mediale verwijzingen. Hun beoordeling en emotionele reactie gaan over meer dan de presentatie door de media en induceren gedragsintenties.”

Vertaling: Désirée Radermacher

¹⁵⁴ Seyranian (2014:469)

¹⁵⁵ Hogg & Abrams (2001), geciteerd in Seyranian (2014:469)

¹⁵⁶ Voorbeeld Seyranian (2014:469): Wanneer de burgemeester van een gemeente probeert een milieuvriendelijk beleid door te voeren, kan het dat de groepsleden zich met het aspect 'milieuvriendelijkheid' als groepskenmerk onvoldoende identificeren. In dat geval kan de groepsleider (burgemeester) gebruik maken van *Social identity framing* om 'milieuvriendelijkheid' aan de normen en waarden van de groep te verbinden en op deze manier een verandering van de sociale identiteit teweeg te brengen.

¹⁵⁷ Seyranian (2014:480)

¹⁵⁸ Seyranian (2014:483)

proefpersonen hadden de manipulaties geen invloed op de houding van de proefpersonen ten opzichte van een onderwerp. Van Gorp (2004: 25) concludeert dat de persoonlijke mening of voorkennis van de ontvanger sterker kan zijn dan de impact van het frame.

Framing is [...] het gecumuleerde effect van allerlei retorische middelen met het frame als eenduidige structuur. Maar het frame moet daarbij wel als het ware zien op te boksen tegen de eigen mening van de ontvanger.

Slechts bij 25,5 procent van de respondenten in het onderzoek van Van Gorp (2004) hadden de stimuli een (tijdelijke) invloed op de houding van de respondenten. De mening van de ontvanger, zo luidt de conclusie van Van Gorp, kan door framing wel degelijk worden beïnvloed, maar vooral wanneer de consument nog geen uitgesproken mening heeft gevormd of wanneer de consument herhaaldelijk met eenzelfde frame in aanraking komt zodat de consument het frame uiteindelijk als eigen mening aanvaardt. Het onderzoek van Van Gorp suggereert dat dit laatste effect – de overtuiging dat een bepaald frame de eigen mening weerspiegelt – vooral aannemelijk is wanneer de consument een eenzijdig contact met de media onderhoudt en dus niet meerdere kanalen consumeert.¹⁵⁹

Onderzoek door Lecheler en de Vreese (2011) bevestigt de bevindingen van Van Gorp (2004) waaruit blijkt dat framing een bijzonder groot effect heeft op de initiële opinievorming. Lecheler en de Vreese herhalen de metingen drie keer (één dag, één week en twee weken na confrontatie met de stimuli) om de duur van het effect te meten. Hoewel het effect met verloop van tijd afnam, zoals het onderzoek van Van Gorp (2004) suggereerde, was het effect van de stimulus ook bij de laatste metingen, twee weken na confrontatie, nog steeds meetbaar. Baserend op onderzoek door Tewksbury en Scheufele (2009) concluderen Lecheler en de Vreese dat een effect dat twee weken na blootstelling aan de frame nog steeds meetbaar is, als blijvend beschouwd kan worden en dat framing in de media dus wel degelijk een *long-term effect* op de perceptie van de consument kan hebben.¹⁶⁰

Het tweede deel van de literatuurstudie laat duidelijk zien dat de media een grote invloed hebben op de perceptie van de mediaconsument. De consument gaat op zoek naar programma's of uitzendingen waarmee hij zich kan identificeren – die dus overeenkomen met zijn identiteit – maar tegelijkertijd hebben deze stimuli ook een invloed op de identiteit. Er is een duidelijke wisselwerking tussen beide. Een tweede belangrijke factor, die we in het kader van deze masterproef willen onderzoeken, is de invloed van framing. Zoals de literatuurstudie aantoonde, kan de presentatie van specifieke topics de mening en identiteit van de consument mee vormgeven. Onderzoek toonde echter aan dat framing vooral een impact op de mening en identiteit heeft wanneer de consument herhaaldelijk met eenzelfde frame in aanraking komt of wanneer hij voor de confrontatie met de stimulus nog geen uitgesproken mening over het onderwerp in kwestie had. Deze inzichten uit de literatuurstudie leiden tot de vraag met welke media de Duitstalige Belgen herhaaldelijk in contact komen en – daaruit resulterend – welke media de identiteit van de Duitstalige Belg mogelijk zouden kunnen beïnvloeden of eventueel al hebben beïnvloed.

3. Methodologie

Het onderzoek, dat in het kader van deze masterproef wordt doorgevoerd, bestaat uit drie aparte delen: een enquête over het mediagebruik van de Duitstalige Belgen (3.1), een kwantitatief experiment over de invloed van framing op de perceptie door de consument (3.2) en een kwalitatief onderzoek rond framing in de beschikbare mediakanalen (Duits, Duitstalig-Belgisch, Nederlandstalig-Belgisch en Franstalig-Belgisch) (3.3).

¹⁵⁹ Van Gorp (2004:26)

¹⁶⁰ Lecheler & de Vreese (2011:974-976)

3.1. Enquête: het mediagebruik van de Duitstalige Belgen

Een enquête, die in het kader van deze masterproef werd afgenomen bij de bevolking van de Duitstalige Gemeenschap, tracht te achterhalen van welke media deze bevolkingsgroep gebruik maakt. De enquête brengt niet alleen in kaart welke Duitstalige Belgische kanalen de consumenten gebruiken, maar schetst ook het gebruik van Duitse, Vlaamse en Waalse media. De enquête bestaat uit tien meerkeuzevragen over enerzijds het profiel van de respondent met betrekking tot leeftijd, woonplaats, eventuele meertaligheid, enzovoort en anderzijds schetst ze een beeld van het mediagebruik en de kennis over de verschillende gebieden (België vs. Duitsland). De respondenten behoren tot de bevolking van de Duitstalige Gemeenschap, zijn ouder dan 18 jaar en minstens Duitstalig. Bovendien wonen alle respondenten op het moment van de enquête (maart 2017) in de Duitstalige Gemeenschap.¹⁶¹

Om op een wetenschappelijk correcte manier uitspraken te doen over de bevindingen van bovengenoemde onderzoeken, werden de kernbevindingen getoetst op hun significantie. De resultaten van het eerste onderzoek beslaan voornamelijk procentuele gegevens van bepaalde bevolkingsgroepen, gekenmerkt door hun mediagebruik, ten opzichte van de totale steekproef of andere bevolkingsgroepen. Deze proporties van de bevolking worden vervolgens met elkaar vergeleken aan de hand van hypothesetesten die het verschil tussen beide proporties met elkaar vergelijken om zo redelijke uitspraken te kunnen doen over de hele populatie, namelijk de Duitstalige Gemeenschap. De nulhypothese, H_0 , stelt hierbij dat er geen significant verschil is tussen beide proporties¹⁶². De alternatieve hypothese, H_a , stelt dat er wel degelijk een verschil is tussen beide proporties.

Het tweede en derde gedeelte, met betrekking tot respectievelijk de kennis van de Duitstalige Belgen over nieuwsfeiten en bekende regionale personen en met betrekking tot de *framing* van de verschillende mediakanalen, maken gebruik van schalen. Het eerste van beide onderzoeken maakt gebruik van een vijfpuntenschaal waarbij de respondenten konden aangeven of ze de personen/feiten 'helemaal niet kennen' (een score van 1 op 5) of 'met zekerheid kunnen plaatsen' (een score van 5 op 5). Het tweede onderzoek behandelde vijftiental uitspraken omtrent over enerzijds de terrorismebestrijding in België en Molenbeek en anderzijds de mate van identificatie met Molenbeek als Belgische stad en België als *heimatland*. Hierbij werd gebruik gemaakt van een zevenpuntenschaal die hetzelfde principe hanteerde als de bovengenoemde vijfpuntenschaal. De resultaten van beide enquêtes werden behandeld als gemiddelden. Om de significantie van deze resultaten aan te tonen, werden significantietesten gebruikt die verschillende gemiddelden met elkaar vergelijken van onafhankelijk genomen steekproeven, waarbij de nulhypothese en alternatieve hypothese vergelijkbaar zijn met die voor proporties.

De mate van significantie van deze testen wordt meegedeeld aan de hand van de bijbehorende teststatistiek (aangeduid met t) en p -waarde (aangeduid met p). Voor deze masterproef wordt er gebruik gemaakt van een betrouwbaarheidsinterval van 95%, wat impliceert dat enkel bij $p < .05$ de nulhypothese verworpen wordt.

3.1.1. Respondentenprofiel

Zoals hoofdstuk 2.1.6 aantoont, biedt het Belgische medialandschap slechts enkele Duitstalige kanalen. Het is daarom te verwachten dat de bevolking van de Duitstalige Gemeenschap om deze redenen gebruik maakt van Duitse media. De vergaarde antwoorden brengen het mediagebruik van de Duitstalige Belgen in kaart. In totaal hebben 1.058 respondenten aan de enquête deelgenomen. Na het filteren van onvolledige deelnamen, onafgewerkte vragenlijsten en personen die buiten de populatie vielen, kwam het totale aantal neer op 853 respondenten. Van deze respondenten (groep 1) geeft 68,93 procent aan in het noorden van de Duitstalige Gemeenschap te wonen; 31,07 procent woont in het zuiden. 11,25 procent van de ondervraagden beschouwt (naast het Duits) het Frans als zijn moedertaal; 2,7 procent geeft Nederlands als tweede

¹⁶¹ De volledige enquête is terug te vinden in bijlage 8.3.

¹⁶² Zie bijlage 8.8.

moedertaal aan. Andere talen die als tweede moedertaal werden aangeduid zijn Russisch, Turks, Koerdisch, Spaans, Roemeens, Engels, Litouws en verschillende regionale dialecten. 18 respondenten (2,11 procent) gaven – zonder dat dit een keuzeoptie was – een regionaal dialect als moedertaal aan. Dit is opvallend en bevestigt de bevindingen van Dewulf (2009) waaruit blijkt dat het dialectgebruik in de Duitstalige Gemeenschap een bijzonder grote rol speelt (zie 2.1.5). Het gemengde taalgebruik is deels te verklaren door het feit dat 92 respondenten (10,79 procent) aangaven niet in de DG geboren en opgegroeid te zijn, maar op een later moment naar daar verhuisd te zijn. De mensen die aangaven op een later moment tijdens de jeugd of als volwassene naar de DG verhuisd te zijn, kwamen oorspronkelijk voornamelijk uit Vlaanderen, Wallonië, Brussel, Nederland en Duitsland (voornamelijk NRW).

Onderstaande tabellen geven een gedetailleerd beeld van het totale aantal antwoorden van de respondenten (groep 1), die in het kader van deze masterproef aan de enquête deelnamen. Nadat de eerste en tweede tabel de leeftijdsgroepen en woongebieden in kaart brengen, toont de derde tabel aan welke moedertalen er behalve het Duits gesproken worden, en sluit de vierde tabel af met het verschil tussen respondenten, die in de DG geboren en opgegroeid zijn, en respondenten, die op een later tijdstip naar de DG verhuisd zijn.

Vraag: Tot welke leeftijdscategorie behoort u?	Antwoord percentage (%)	Individuele antwoorden (#)
18-25	28,49	243
26-50	54,16	462
>50	17,35	148

Tabel 1 *Leeftijdscategorieën respondentengroep 1*

Vraag: Waar woont u precies?	Antwoord Percentage (%)	Individuele antwoorden (#)
In het noorden van de DG (Eupen, Kelmis, Lontzen, Raeren)	68,93	588
In het zuiden van de DG (Amel, Büllingen, Burg-Reuland, Bütgenbach, St. Vith)	31,07	265

Tabel 2 *Woonplaats respondentengroep 1*

Vraag: Wat is uw moedertaal? (Meerdere antwoorden mogelijk)	Antwoord percentage (%)	Individuele antwoorden (#)
Duits	95,4	814
Frans	11,25	96
Nederlands	2,96	23
Andere	2,96	23

Tabel 3 *Moedertaal respondentengroep 1*

Vraag: Bent u...	Antwoord percentage (%)	Individuele antwoorden (#)
... in de DG geboren en opgegroeid?	89,21	761
... als kind naar de DG verhuisd? (0-12)	6,45	55
... als jongere naar de DG verhuisd? (13-18)	1,1	9
... als volwassene naar de DG verhuisd? (19-55)	3,17	27
... als oudere volwassene naar de DG verhuisd? (> 55)	0,1	1

Tabel 4 *Herkomst respondentengroep 1*

Subgroepen

De herkomst – zelfs binnen de Duitstalige Gemeenschap – kan een belangrijke rol spelen bij de keuze van de mediakanalen. De natuurlijke grens, die de Hoge Venen tussen het noorden en het zuiden vormt, en het contact met verschillende taal- en landsgrenzen rondom kan de keuze van al dan niet beschikbare kanalen beïnvloeden. Om een representatief beeld van het mediagebruik in de Duitstalige Gemeenschap te kunnen schetsen, maakt dit onderzoek een onderscheid tussen Duitstalige Belgen, die in het noorden van de DG wonen (1bis) en Duitstalige Belgen die in het zuiden wonen (1ter).

Ook wanneer mensen op oudere leeftijd naar de Duitstalige Gemeenschap verhuizen, kan dit een rol spelen bij de keuze van mediakanalen. Mensen die bijvoorbeeld vanuit Vlaanderen of Wallonië naar de Duitstalige Gemeenschap verhuisd zijn, hebben alleen al door hun eventuele meertaligheid een eenvoudigere toegang tot anderstalige mediakanalen. Ook de gewoonte om bepaalde mediabronnen in de jeugd te hebben gebruikt, kan bij een later verhuis naar de Duitstalige Gemeenschap een rol spelen. Een voorbeeld hiervoor geeft Ingrid V., een 50-jarige vrouwelijke respondent uit Eupen. Zij verhuisde op negenjarige leeftijd vanuit Deerlijk (West-Vlaanderen) naar Eupen. Ondanks het feit dat ze ondertussen beter Duits spreekt dan Nederlands en dat ze voornamelijk naar Duitse tv-programma's kijkt, geeft ze aan omwille van de emotionele binding en de herinnering aan haar jeugd in Vlaanderen bewust naar Nederlandstalig-Belgische radioprogramma's te luisteren en Nederlandstalig-Belgische magazines te lezen. Om een representatief beeld te schetsen van het mediagebruik van Duitstalige Belgen onderzoekt deze masterproef ook de verschillen tussen 'geboren' Duitstalige Belgen (1quater) en geïmmigreerde Duitstalige Belgen (1quinquies).

- Groep 1: Tot deze groep behoren alle 853 respondenten van deze enquête. Deze groep vormt de basis van het onderzoek. Bovenstaande tabellen verduidelijken het profiel van deze respondentengroep. Groep 1 representeert met een mogelijke foutenmarge van vijf procent de gehele bevolking van de Duitstalige Gemeenschap.
- Groep 1bis: Subgroep 1bis representeert de bevolking van het noorden van de Duitstalige Gemeenschap. 588 respondenten (68,93 procent van Groep 1) geven aan in het noorden van de DG te leven. 14,46 procent van 1bis geeft aan het Frans als moedertaal te beschouwen. Dit cijfer ligt meer dan drie keer hoger dan in het zuiden (1ter).
- Groep 1ter: Subgroep 1ter representeert de bevolking van het zuiden van de Duitstalige Gemeenschap. Tot deze groep behoren 265 respondenten (31,06 procent van Groep 1), die aangaven in het zuiden van de DG te leven. Binnen deze groep gaven slechts 4,15 procent aan (ook) Franstalig te zijn.
- Groep 1quater: In totaal gaven 761 respondenten aan in de DG te zijn geboren en opgegroeid. Een deel van deze groep is meertalig en beschouwt het Frans (10,12 procent), het Nederlands (1,97 procent) of een andere taal (2,5 procent) als hun moedertaal.
- Groep 1quinquies: De groep van respondenten, die aangaven op een later moment naar de DG te zijn verhuisd, bestaat uit 92 personen. 82,6 procent van hen beschouwen het Duits als moedertaal; 20,65 procent en 8,7 procent gaven aan dat respectievelijk het Frans en het Nederlands hun moedertalen zijn en 4,35 procent van deze groep heeft een andere moedertaal, waaronder Litouws, Russisch, Roemeens, Koerdisch en Turks.

Tabel 5 verzamelt de gegevens over de verdeling van de moedertalen in de verschillende subgroepen van het totale aantal respondenten (groep 1).

Vraag: Wat is uw moedertaal? (Meerdere antwoorden mogelijk)

	Groep 1bis (%)	Groep 1ter (%)	Groep 1quater (%)	Groep 1quinqües (%)
Duits	94,56	97,36	96,98	82,61
Frans	12,76	4,15	10,12	20,65
Nederlands	2,89	2,26	1,97	8,70
Andere	2,38	3,40	2,50	4,35

Tabel 5 Moedertalen subgroepen (1bis, 1ter, 1quater, 1quinqües)

3.1.2. Het mediagebruik

Het tweede deel van de enquête gaat in op het mediagebruik van de Duitstalige Belgen. De respondenten wordt gevraagd aan te geven welke Duitstalige Belgische kanalen zij regelmatig consumeren. De respondenten kunnen verschillende Duitstalige Belgische kanalen aanduiden die ze op zijn minst één keer per week consumeren. Daarnaast onderzoekt de enquête ook welke Nederlands- en Franstalige Belgische media de respondenten gebruiken en welke kanalen daarbij hun voorkeur genieten. De respondenten kunnen enerzijds aanduiden of ze Nederlands- of Franstalige radio, televisie en kranten (online/print) consumeren. Bovendien kunnen ze vrijwillig aangeven welke specifieke kanalen hierbij de belangrijkste rol spelen. Dezelfde vraag stelt de enquête over de Duitse media. Een vergelijking van de vergaarde gegevens brengt het mediagebruik en de voorkeurskanalen van de Duitstalige Belgen in kaart en toont aan hoe groot de impact van Duitse kanalen daadwerkelijk is en in welke verhouding deze impact staat ten opzichte van de Duits- en anderstalige Belgische kanalen.

3.1.3. Kennis en cultuur

Om de identiteit van de Duitstalige Belgen te kunnen beschrijven, probeert de enquête onder meer te achterhalen welke kennis de Duitstalige bevolking over Belgische en Duitse personen en gebeurtenissen heeft, die gedurende het voorbije jaar in de Duitse en Belgische media in verschillende mate onder aandacht stonden.

De eerste vraag onderzoekt de kennis over negen Duitse, Waalse en Vlaamse beroemdheden. Met als referentiepunt de namen van drie koks met een eigen tv-programma, Steffen Henssler (Duits), Jeroen Meus (Vlaams) en Philippe Etchebest (Waals); drie politici uit de economische sector, Wolfgang Schäuble (Duits), Christophe Lacroix (Waals) en Bart Tommelein (Vlaams) en twee bekende muzikanten/muziekgroepen¹⁶³: Xavier Naidoo (Duits) en Jacques Brel (Waals), wordt aan de respondenten gevraagd aan de hand van een vijf-punten-schaal aan te duiden of ze de persoon in kwestie kennen en hoe goed ze deze persoon kunnen situeren. De keuze van deze bekende personen gebeurde aan de hand van verkennende gesprekken met Duitsers, Nederlandstalige Belgen en Franstalige Belgen. Aan hen werd gevraagd een zanger/muziekgroep, een beroemde kok met een eigen televisieprogramma en een gekend politicus uit de financiële sector te noemen. De drie domeinen (muziek, tv-kok, politicus) werden gekozen om een breed publiek met verschillende interesses en een brede leeftijdscategorie te kunnen representeren.

Een tweede vraag van de enquête met betrekking tot de kennis van de respondenten achterhaalt de mate waarin de deelnemers geïnformeerd zijn over gebeurtenissen in Duitsland, Wallonië en Vlaanderen die in 2016 plaatsvonden en in meer of mindere mate aandacht in de

¹⁶³ In eerste instantie werd voor deze vraag ook de bekendheid van de Vlaamse muziekgroep *Clouseau* [klu'zo] achterhaald. Uit gesprekken met een aantal respondenten na afloop van de enquête bleek echter dat de naam van deze Vlaamse muziekgroep voor verwarring had gezorgd omwille van de gelijkenis met de naam van een Duitse popgroep *Clueso* [kly'zo:]. Omdat het niet mogelijk is te achterhalen voor welke van deze twee muziekgroepen de respondenten de graad van bekendheid aanduiden, zal het onderzoek geen rekening houden met de gevonden resultaten betreffende de Vlaamse muziekgroep *Clouseau*, maar enkel met de Duitse en Franstalige tegenhangers.

Duitse, Duitstalige Belgische, Nederlandstalige Belgische en Franstalige Belgische media kregen. De als krantenkoppen voorgestelde onderwerpen werden gekozen aan de hand van persartikels die vaak op sociale media gedeeld werden of waar de bevolking in de desbetreffende regio op reageerde. De gekozen onderwerpen bespreken gebeurtenissen uit verschillende sectoren, waaronder televisie, politiek, voetbal, economie en maatschappij, om ook in deze vraag een breed publiek met verschillende interesses en een brede leeftijdscategorie te kunnen representeren.

Ervan uitgaande dat de graad van kennis over de verschillende onderwerpen in een causaal verband staat met het mediagebruik, helpt de analyse van de antwoorden in het kader van dit onderzoek om het tweede deel van de enquête met betrekking tot het mediagebruik te onderbouwen en het verband tussen deze kennis en de identiteit van de respondenten te onderzoeken.

3.2. Kwalitatief experiment

Nadat de enquête vooral ernaar streeft het mediagebruik van de Duitstalige Belgen in kaart te brengen, gaat een vergelijkend experiment dieper in op al dan niet bestaande verschillen op vlak van framing. Het onderzoek legt de verschillen tussen Duitse, Belgische en Duitstalige Belgische media bloot en bestaat uit drie deelvragen:

- (a) Welke bronnen gebruiken Duitstalige Media in hun berichtgeving?
- (b) Met welke regelmaat verschijnt Duits vs. Belgisch nieuws in de Duitstalige Belgische media?
- (c) Hoe *framen* de Duitstalige Belgische media België in zijn berichtgeving en zijn hierin verschillen of overeenkomsten met Duitse en andere Belgische kanalen vast te stellen?

Om antwoorden om deze vragen te vinden, vergelijkt dit onderzoek persartikels over drie onderwerpen die in verband staan met België: de erkenning van de Biercultuur in België als immaterieel werelderfgoed door de UNESCO, een chemieongeval met salpeterzuur in het West-Vlaamse Zevekote en een artikel over een huiszoeking in Molenbeek in het kader van terreuronderzoek. Er werden drie verschillende onderwerpen met zowel positieve als negatieve insteek gekozen om ook tussen de positieve en negatieve gebeurtenis al dan niet bestaande verschillen te kunnen achterhalen. Over de huiszoeking in Molenbeek hebben de respondenten bovendien, anders dan bij de twee eerste verhalen, wellicht een zekere voorkennis, wat volgens Van Gorp (2004) eveneens een relevant verschil kan maken. Om een beeld te schetsen van de berichtgeving en de frames waarmee de Duitstalige bevolking regelmatig geconfronteerd wordt, vergelijkt dit onderzoek niet enkel de meest gebruikte Duitstalige Belgische kanalen (*GrenzEcho*, *BRF Radio*, *Ostbelgien Direkt*), maar ook de drie relevantste Duitse en Belgische mediakanalen (*Der Spiegel*, *De Redactie*, *Le Soir*). De resultaten uit de eerdere enquête over het mediagebruik dienen als basis voor de keuze van deze bronnen.

Semigestructureerde interviews

Nadat het eerste gedeelte van het experiment de verschillen op vlak van berichtgeving in kaart brengt, dienen interviews met de (hoofd)redacteurs en programmachefs van de belangrijkste Duitstalige Belgische kanalen als bron voor informatie over de werking van de mediahuizen. De gesprekken helpen te achterhalen in welke mate de mediahuizen over Duitse en Belgische onderwerpen berichten, aan de hand van welke criteria ze de keuze en regelmaat bepalen en welke bronnen ze voor hun berichtgeving gebruiken. De geïnterviewden zijn de redacteurs, hoofdredacteurs en programmachefs van de verschillende kanalen: Heinz Gensterblum (redacteur) en Christoph Wetzels (webmaster) van het *GrenzEcho*, Oliver Krickel (programmachef) en Toni Wimmer (directeur) van de *BRF* en Gerard Cremer (hoofdredacteur) van *Ostbelgien Direkt*. De Nederlandse vertalingen van de interviewtranscripten zijn te vinden in de bijlage (8.2.).

3.3. Kwantitatief experiment

Het kwantitatieve experiment tracht in eerste instantie de houding van de Duitstalige Belgen te achterhalen ten opzichte van verschillende met België gerelateerde onderwerpen, nadat ze met verschillende stimuli geconfronteerd werden. De respondenten werd gevraagd een stimulus, bestaande uit een perstekst, te lezen en vervolgens op een vijfpuntenschaal aan te geven hoe eens

of oneens ze na het lezen met een aantal gemaakte uitspraken zijn (waarbij 1 helemaal oneens en 7 helemaal eens). De uitspraken laten onder meer blijken hoe positief of negatief de lezer Molenbeek na het lezen van de tekst beoordeelt, hoe positief of negatief hij de aanpak van de Belgische staat ten opzichte van het terrorisme percipieert en of hij zich met België als thuisland identificeert.

Vier verschillende persteksten over hetzelfde onderwerp uit een Franstalig-Belgische, een Nederlandstalig-Belgische, een Duitstalig-Belgische en een Duitse bron dienden als stimuli voor dit onderzoek. Deze teksten berichten over huiszoekingen in Molenbeek (B) op 14 januari 2017. De teksten uit de Franstalige Belgische en Nederlandstalige Belgische media werden naar het Duits vertaald met behoud van speciale uitdrukkingen of verwijzingen om de gebruikte frames niet te verbreken en geen nieuwe frames te laten ontstaan. Als bronnen dienen teksten uit *Le Soir*, *Der Spiegel*, *De Redactie* en *GrenzEcho* omdat uit de enquête over het mediagebruik van de Duitstalige Belgen blijkt dat deze vier kanalen de populairste in de vier categorieën (Duitse, Duitstalige, Nederlandstalige, Franstalige kanalen) zijn.¹⁶⁴ Er werd bewust gekozen voor een onderwerp met betrekking tot terrorismebestrijding in België omdat de respondenten daarover wellicht een zekere voorkennis en eigen mening hebben. Deze keuze baseert zich op het onderzoek van Van Gorp (2004), waarin hij aantoont dat de eigen mening een belangrijke rol speelt bij de interpretatie van frames.¹⁶⁵

Vermits een 'niet eens'-houding bij een bepaalde positieve uitspraak niet automatisch betekent dat de houding van de respondent een uitsluitend negatieve houding ten opzichte van het besprokene heeft, werden de deelnemers na confrontatie met de stimuli vijftien verschillende uitspraken voorgelegd. Daarin worden Molenbeek en België in meer of mindere mate zowel positief als negatief omschreven. Deze aanpak leidde tot een hercodering van de schalen. Wanneer een respondent bij een negatieve uitspraak een score van 7 aangeeft, wat een sterke negatieve houding van de respondent betekent, wordt deze score omgekeerd vermits dit onderzoek uitgaat van de schaal 1 = zeer negatief vs. 7 = zeer positief. Onderstaande lijst bevat alle uitspraken waarmee de respondenten geconfronteerd werden. De gehercodeerde schalen worden aangeduid met behulp van een asterix (*).

- U1 *Molenbeek is de broeihaard van het terrorisme
 - U2 In Molenbeek zijn er geen problemen met terrorisme
 - U3 *Veel terroristen komen uit Molenbeek
 - U4 Met Molenbeek gaat het stillaan bergop
 - U5 *De Belgische Staat heeft inzake terrorismebestrijding gefaald
 - U6 Ik ben trots op de aanpak van terrorismebestrijding in België
 - U7 België doet het beter en beter wat terrorismebestrijding betreft
 - U8 *België kan het terrorismeprobleem niet aan
 - U9 *Ik schaam mij ervoor hoe België met terrorisme omgaat
 - U10 *Bij het lezen van deze is Molenbeek voor mij een vreemde stad waarmee mij niets verbindt
 - U11 Bij het lezen van deze tekst identificeer ik mij met Molenbeek als Belgische stad
 - U12 Bij het lezen van deze tekst identificeer ik mij met België als thuisland
 - U13 *Bij het lezen van deze tekst identificeer ik mij niet met België als thuisland
 - U14 Ik heb de indruk deze tekst vanuit een Belgisch perspectief te lezen
 - U15 Ik heb de indruk deze tekst vanuit een Duits perspectief te lezen
- * De door een asterix gekenmerkte uitspraken werden gehercodeerd om een schaal van 1 = negatief en 7 = positief te hanteren.

Tabel 6 Kwantitatief experiment - Lijst met te beoordelen uitspraken

¹⁶⁴ Meer informatie hierover in hoofdstuk 4.1

¹⁶⁵ Meer over dit onderzoek in 2.2

Vervolgens worden de antwoorden gegroepeerd per thema. De eerste groep, bestaande uit de uitspraken U1 tot en met U4, behandelt het thema Molenbeek. De tweede groep, van U5 tot en met U9, bespreekt de aanpak van de strijd tegen terrorisme. De derde groep, een combinatie van U10 en U11, bekijkt de houding van de lezer ten opzichte van Molenbeek. De laatste groep, bestaande uit U12 en U13, achterhaalt in welke mate de respondent zich met België identificeert. Bovendien brengen twee uitspraken (U14 en U15) in kaart hoe de lezer het gelezen artikel volgens herkomst situeert. Vermits deze twee uitspraken geen positieve of negatieve houding weergeven, worden de reacties op deze uitspraken niet in de berekening van de gemiddelde houding (*M*) geïntegreerd.

Om eventuele verschillen en gelijkenissen met Duitse en met anderstalige Belgische lezers te kunnen aantonen, namen eveneens drie referentiegroepen aan het experiment deel: een groep Duitse lezers, een groep Nederlandstalige Belgische lezers en een groep Franstalige Belgische lezers. In totaal hebben 381 personen aan het experiment deelgenomen. Voor dit experiment werd een nieuwe steekproef genomen. Deze nieuwe steekproef in het kader van het kwalitatieve experiment is niet dezelfde als de steekproef voor de enquête. Hoewel de twee steekproeven onafhankelijk van elkaar genomen werden, is het wel mogelijk dat enkele respondenten aan de twee onderzoeken hebben deelgenomen.

4. Onderzoeksresultaten

Dit hoofdstuk brengt de met behulp van de enquête en de twee experimenten vergaarde resultaten in kaart en dient als basis voor de afsluitende interpretatie. Het eerste deel schetst het mediagebruik van de Duitstalige Belgen (4.1.), het tweede deel gaat vervolgens dieper in op de invloed van deze media, onder meer door framing, op de identiteit van de consument (4.2.) en het laatste deel probeert tot slot de identiteit van de Duitstalige bevolking in kaart te brengen (4.3.).

4.1. Het mediagebruik in de Duitstalige Gemeenschap

Om dit onderzoek gefundeerd en representatief te kunnen doorvoeren, moet eerst en vooral het mediagebruik van de Duitstalige Belgen in kaart worden gebracht. Dit hoofdstuk bespreekt de resultaten van de enquête met betrekking tot het mediagebruik van de Duitstalige Belgen in drie etappes: de Duitstalige Belgische media, de anderstalige Belgische media en de Duitse media.

4.1.1. Duitstalige Belgische media

De analyse van de antwoorden op de vraag naar de regelmatig gebruikte mediakanalen toont aan dat het *GrenzEcho* met 83 procent koploper is, gevolgd door *BRF Radio* en *Ostbelgien Direkt* met respectievelijk 62,84 procent en 41,03 procent. *Radio Contact* en *BRF TV* vertonen met 15,5 procent en 12,4 procent een iets lager gebruikpercentage bij respondentengroep 1. Er zijn echter een aantal verschillen tussen Groep 1bis en Groep 1ter vast te stellen. De radiozenders *BRF Radio* en *Radio Contact* vertonen een interessant verschijnsel: terwijl het gebruik van *BRF Radio* met 80 procent tegenover 55,1 procent veel hoger ($t(853)=3,8397$ $p=.0001$)¹⁶⁶ ligt bij de zuidelijke bevolking (1ter), blijkt *Radio Contact* met 19,1 procent tegenover 7,6 procent net populairder te zijn ($t(853)=4,2978$ $p<0,0001$) bij de noordelijke bevolking (1bis). Deze vaststelling komt overeen met het *Forsa*-onderzoek in 2017, dat de BRF liet doorvoeren. Ondanks deze tegenstelling blijft *BRF Radio* ook in het noorden populairder dan *Radio Contact*. Vermits in het zuiden van de DG (1ter) meer dan 80 procent van de bevolking naar *BRF Radio* luistert, maar in het noorden (1bis) slechts 55,10 procent, zonder dat een sterke Duitstalige Belgische tegenhanger aanwezig is, gaat dit onderzoek ervanuit dat een ander, niet-Duitstalig Belgisch kanaal bij 1bis populariteit geniet.¹⁶⁷ Bij de gebruikscijfers van *BRF Radio* zijn eveneens significante ($t(853)=3,8397$ $p=0,0001$) verschillen

¹⁶⁶ De hypothesetest (two tailed) toont het verschil aan tussen 2 proporties van onafhankelijk genomen steekproeven. De nulhypothese betekent dat beide proporties dezelfde zijn, de alternatieve hypothese verwerpt de nulhypothese, namelijk dat er wel een significant verschil is tussen beide proporties. Er wordt gebruik gemaakt van een betrouwbaarheidsinterval van 95 percent om de nulhypothese te verwerpen.

¹⁶⁷ Hoofdstuk 4.1.3. gaat dieper in op de populaire niet-Duitstalige Belgische kanalen

tussen de respondentengroepen 1quater en 1quinquies te zien. Het veel lagere percentage bij groep 1quinquies (mensen die op latere leeftijd naar de DG verhuisd zijn) van 44,6 procent ten opzichte van 65,1 procent voor 1quater zou te verklaren kunnen zijn door het feit dat luisteraars in deze regio ook Franstalige, Nederlandstalige en anderstalige radiozenders kunnen ontvangen en dat de respondenten uit groep 1quinquies, die niet in de Duitstalige Gemeenschap geboren en opgegroeid zijn, hier regelmatig gebruik van maken. Een derde opvallende verschil ($t(853)=2,8179$ $p=.0048$) is het lagere gebruikspercentage van *Ostbelgien Direkt* bij groep 1ter (34,0 procent vs. 44,2 procent bij groep 1bis). Dit is mogelijk te verklaren door de grotere bekendheid die oprichter en redacteur Gerard Cremer in het noorden (1bis) geniet.¹⁶⁸

Onderstaande tabel geeft de gebruikscijfers van de Duitstalige Belgische mediakanalen weer en toont de verschillen en gelijkenissen aan tussen de gehele groep (1) en de vier subgroepen (1bis-1quinquies).

Vraag: Welke Duitstalige Belgische media consumeert u minstens een keer per week? (Meerdere antwoorden mogelijk)

	Groep 1 (%)	Groep 1bis (%)	Groep 1ter (%)	Groep 1quater (%)	Groep 1quinquies (%)
GrenzEcho (online/print)	83,00	82,82	83,40	83,57	78,26
BRF Radio	62,84	55,10	80,00	65,05	44,57
Ostbelgien Direkt	41,03	44,22	33,96	41,52	36,96
Radio Contact	15,47	19,05	7,55	14,72	21,74
BRF TV	12,43	12,76	11,70	12,61	10,87
Andere	6,45	5,95	6,79	6,44	5,43
Belgieninfo	1,29	1,53	0,75	1,18	2,17

Tabel 7 Gebruikscijfers Duitstalige Belgische media

4.1.2. Frans- en Nederlandstalige Belgische media

Naast het gebruik van Duitstalige Belgische mediakanalen tracht dit onderzoek ook het gebruik van anderstalige Belgische media bij de Duitstalige bevolking in kaart te brengen. Bijna de helft (46,5 procent) van de respondenten (groep 1) geeft aan, helemaal geen gebruik te maken van Frans- of Nederlandstalige Belgische media. In het zuiden van de DG (1ter) ligt dit cijfer met 50,7 procent beduidend hoger ($t(853)=-2,3235$ $p=.0202$) dan in het noorden van de DG (1bis met 45,7 procent). Bij de overige 51,6 procent die wél anderstalige Belgische media consumeert, blijken Franstalige media populairder te zijn dan Nederlandstalige Belgische bronnen, wat te wijten zou kunnen zijn aan de functionele meertaligheid van de Duitstalige bevolking.¹⁶⁹

Tussen 25,68 en 31,46 procent van de respondenten geeft aan gebruik te maken van diverse Franstalige mediakanalen. Franstalige Belgische kranten (31,46 procent) en radiozenders (30,61 procent) zijn koplopers, gevolgd door de Franstalige tv-programma's (25,68 procent). Slechts 6,97 tot 12,24 procent van de respondenten geeft aan Nederlandstalige Belgische kanalen te consumeren. Opvallend is dat bij Nederlandstalige media, anders dan bij de Duitstalige en de Franstalige kanalen, geen geschreven media maar wel radioprogramma's koploper zijn (12,24 procent), gevolgd door geschreven kanalen (8,67 procent), zoals kranten en magazines, en tot slot tv-zenders (6,97 procent). Groep 1quinquies vertoont een hoger gebruikspercentage voor Nederlandstalige Belgische mediakanalen, wat wellicht te wijten is aan het hogere percentage van Nederlandstaligen in deze respondentengroep (mensen die op latere leeftijd naar de DG verhuisd zijn). Het lagere gebruik van 1ter tegenover 1bis op vlak van Franstalige media zou te verklaren

¹⁶⁸ Elf respondenten gaven als Duitstalige Belgische media de radiozender *100,5 – Das Hitradio* aan. Dit is echter een volledig op Duitsland gerichte radiozender die enkel zijn administratieve hoofdzetel in België heeft aangemeld. Met deze cijfers houdt het onderzoek rekening bij de gebruikscijfers van Duitse mediakanalen.

¹⁶⁹ Meer informatie over de structurele meertaligheid in hoofdstuk 2.1.3.

kunnen zijn door de meertaligheid, die – zoals uit tabel 7 blijkt – in het zuiden (1ter) lager te zijn schijnt dan in het noorden (1bis).

Onderstaande tabel toont aan in welke mate de Duitstalige Belgen anderstalige Belgische media consumeren en in welke verhouding de Franstalige en de Nederlandstalige kanalen ten opzichte van elkaar staan.

Vraag: Welke anderstalige Belgische media consumeert u minstens een keer per week?

	Groep 1 (%)	1bis (%)	1ter (%)	1quater (%)	1quinquies (%)
Ik consumeer geen anderstalige Belgische media	44,55	42,35	49,43	44,81	42,39
Franstalige kranten/magazines (online/print)	29,07	31,46	23,77	29,17	28,26
Franstalige radio	29,78	30,61	27,92	30,49	23,91
Franstalige tv-zenders	22,63	25,68	15,85	23,00	19,57
Nederlandstalige radio	10,90	12,24	7,92	10,38	15,22
Nederlandstalige kranten/magazines (online/print)	8,44	8,67	7,92	7,75	14,13
Nederlandstalige tv-zenders	6,45	6,97	5,28	6,04	9,78

Tabel 8 Gebruikscijfers Frans- en Nederlandstalige Belgische media

De respondenten werd vrijblijvend gevraagd te preciseren welke Frans- en Nederlandstalige kanalen ze gebruiken. Ze kregen geen keuzemogelijkheden om een zo spontaan en representatief mogelijk beeld te kunnen schetsen. 195 respondenten beantwoordden deze vraag en gaven een of meerdere regelmatig geconsumeerde kanalen aan. Uit de antwoorden blijkt dat *Le Soir* (23 procent), gevolgd door *La Meuse* (20,5 procent) de populairste Franstalige Belgische geschreven mediakanalen zijn. De Nederlandstalige populairste geschreven kanalen zijn *De Redactie* (5,1 procent), *De Standaard* (3,1 procent) en *De Morgen* (3,1 procent). Omdat *Le Soir* en *De Redactie* de meest gebruikte geschreven kanalen blijken te zijn, zal het experiment (3.2.) vooral rekening houden met deze twee kanalen. Opvallend is dat de respondenten op vlak van Franstalige media spontaan vooral geschreven kanalen (#164) vermelden, gevolgd door radiozenders (#80) en pas als laatste televisiezenders (#51). Bij de Nederlandstalige media blijken de respondenten echter spontaan eerst en vooral aan radioprogramma's (#38) en geschreven media (#38) en tot slot aan televisieprogramma's (#30) te denken. Dit komt overeen met de vaststelling van tabel 8, waaruit blijkt dat de voorkeur van de respondenten bij Nederlandstalige mediakanalen uitgaat naar radiozenders, hoewel de voorkeur bij Frans- en Duitstalige kanalen uitgaat naar geschreven kanalen zoals kranten en magazines.¹⁷⁰

Opvallend is ook dat de gebruikte Franstalige kanalen een gevarieerd beeld vertonen waarbij meerdere kanalen qua gebruiksperscentage dicht bij elkaar liggen. Deze vaststelling suggereert dat de Duitstalige Belgen over het algemeen geen voorkeur voor een bepaalde Franstalige bron hebben, maar dat de consument de keuze voor een bepaalde krant, radio- of televisiezender eerder aan de hand van een persoonlijke voorkeur maakt. De Nederlandstalige kanalen vertonen echter een veel minder gevarieerd beeld. Vooral op vlak van radio- en televisieprogramma's blijkt er telkens slechts één koploper te zijn: *Studio Brussel* is volgens de enquête met 15,4 procent de meest beluisterde radiozender, gevolgd door *MNM* met slechts 2,1 procent. *Eén* blijkt met 8,1 procent de meest bekeken televisiezender te zijn, gevolgd door *Canvas* met 2,6 procent. Op vlak van geschreven media bereikt *De Redactie* met 5,1 procent het hoogste percentage, gevolgd door *De Standaard* met 3,1 procent. Opvallend is ook dat de drie populairste kanalen – zowel geschreven, via televisie, als via radio – tot de VRT-groep behoren. Deze vaststelling suggereert dat

¹⁷⁰ Zie tabel 2, in bijlage 8.3.2.

de berichtgeving van de VRT de grootste invloed heeft op de Duitstalige bevolking ten opzichte van andere Vlaamse media.¹⁷¹

4.1.3. Duitse media

De enquête polste eveneens naar het gebruik van Duitse mediakanalen. 93,83 procent geeft aan Duitse media onder een of andere vorm te consumeren. Hier valt een groot verschil vast te stellen ten opzichte van het gebruik van Nederlands- en Franstalige kanalen: slechts 51,58 procent van de respondenten geeft aan anderstalige Belgische kanalen op regelmatige basis te consumeren, d.w.z. dat minder dan de helft van de respondenten media-input uit Vlaanderen of Wallonië krijgt, maar bijna de gehele groep media uit Duitsland consumeert. Dit overstijgt de verwachtingen die aan de basis van deze enquête lagen met een veelvoud.

Opvallende verschillen vallen er ook vast te stellen tussen het gebruik van Duitse radio bij 1bis en 1ter. In het zuiden (1ter) geeft 70,19 procent van de bevolking aan, naar Duitse radioprogramma's te luisteren. In het noorden (1bis) zijn dat er daarentegen slechts 56,97 procent. Dit verschil is wellicht te verklaren door de grotere hoeveelheid aan Belgische radiozenders, die in het noorden van de DG uitgezonden worden, ten opzichte van een kleine hoeveelheid radiozenders, die de luisteraars in het rurale zuiden van de DG kunnen ontvangen. Ten opzichte van de consumptie van Duitse kranten ligt het percentage bij 1quinquies rond 13 procent hoger dan bij 1quater. Dit verschil zou te maken kunnen hebben met de grote hoeveelheid aan Duitsers die in de DG leven en wellicht hun consumptiegewoonte uit Duitsland na hun verhuis naar de DG behouden hebben.

Onderstaande tabel vergelijkt het gebruik van Duitse mediakanalen van groep 1 met de vier subgroepen (1bis-1quinquies).

Vraag: Welke Duitse media consumeert u minstens een keer per week?

	Groep 1 (%)	1bis (%)	1ter (%)	1quater (%)	1quinquies (%)
Duitse tv-zenders	85,68	84,86	89,43	86,73	82,61
Duitse radio	60,65	56,97	70,19	61,37	58,70
Duitse kranten/magazines (online/print)	41,91	43,03	40,38	40,87	53,26
Ik consumeer geen Duitse media	5,47	6,46	3,40	5,39	6,52

Tabel 9 Gebruikscijfers Duitse media

Ook met betrekking tot de Duitse media werd aan de respondenten vrijblijvend gevraagd om te preciseren welke kanalen ze regelmatig consumeren. Net zoals bij de Belgische kanalen, kregen de respondenten ook hier geen keuzemogelijkheden, maar werd aan hen gevraagd om intuïtief te antwoorden. In totaal antwoordden 256 respondenten op deze vraag. *Der Spiegel* blijkt met 14,3 procent het populairste geschreven mediakanaal te zijn, gevolgd door *Bild*, *Die Welt* en *Die Zeit* met respectievelijk 7 procent, 6,5 procent en 5,9 procent. Koploper van de Duitse radiozenders is *1Live* met 38,8 procent, gevolgd door *100,5 – Das Hitradio* met slechts 15,7 procent. De populariteit van de televisiezenders lijkt gevarieerder: De vier populairste zenders, *Pro7*, *ZDF*, *ARD* en *RTL* bereiken tussen 38,2 procent en 45,8 procent.¹⁷²

De respondenten gaven eveneens aan welke andere buitenlandse media zij al dan niet regelmatig consumeren. Uit de antwoorden komen vooral Engelstalige (Amerikaanse, Britse en Ierse) media naar voren. In het zuiden (1ter) blijken Luxemburgse media bovendien zeer populair ze

¹⁷¹ Zie ook tabel 2: Lijst van meest gebruikte Frans- en Nederlandstalige Belgische media – Groep 1 (in bijlage 8.1.2.)

¹⁷² Zie ook tabel 3: Lijst van meest gebruikte Duitse mediakanalen – Groep 1 (bijlage 8.1.2.)

zijn, wat wellicht te verklaren is door het grenscontact tussen het zuiden van de DG en het Groothertogdom Luxemburg. Een groot deel van de bevolking in het zuiden van de Duitstalige Gemeenschap pendelt bovendien regelmatig naar Luxemburg voor het werk, om boodschappen te doen enz. Dit nauw contact bevordert de positie van Luxemburgse media bij referentiegroep 1ter. Andere genoemde buitenlandse media zijn in afnemende volgorde Franse, Nederlandse, Portugese, Italiaanse, Russische, en Litouwse media.¹⁷³

4.2. Framing in de media

De literatuurstudie met betrekking tot de effecten van media en framing op de identiteit van de consument leidde tot de vraag met welke media de Duitstalige Belgen herhaaldelijk in contact komen en welke kanalen daardoor mogelijks de identiteit van de Duitstalige Belgen zouden kunnen beïnvloeden. Nadat het voorafgaande hoofdstuk deze vraag beantwoordde, gaat dit hoofdstuk dieper in op de tweede vraag, namelijk: met welke frames worden de Duitstalige Belgen al dan niet regelmatig geconfronteerd (4.2.1.) en hebben deze frames een invloed op de perceptie van de Duitstalige Belgen (4.2.2.).

4.2.1. Kwalitatief onderzoek: vergelijking van persartikels

Het kwalitatieve experiment brengt – ondersteund door semigestructureerde interviews – enerzijds in kaart welke bronnen de verschillende Duitstalige Belgische mediakanalen gebruiken (a) en met welke regelmaat Duits en Belgisch nieuws in de Duitstalige media wordt gepubliceerd (b). Anderzijds maakt de vergelijking tussen persartikels uit een Nederlands- en een Franstalige Belgische bron (*Le Soir* en *De Redactie*), een Duitse bron (*Der Spiegel*) en drie Duitstalige Belgische bronnen (*GrenzEcho*, *BRF Radio* en *Ostbelgien Direkt*) de verschillen duidelijk tussen de gebruikte frames in Duitstalige Belgische, Duitse en anderstalige Belgische berichtgevingen¹⁷⁴ om gebeurtenissen in België in kaart te brengen (c). Het onderzoek bespreekt enkel teksten die bij het kostenvrije aanbod van de verschillende kanalen horen vermits het niet mogelijk is te achterhalen hoeveel lezers al dan niet beschikken over een betalend abonnement van de verschillende kanalen. De gekozen artikelen berichten over drie verschillende onderwerpen waarbij België of haar deelgemeenten nauw betrokken zijn. Situatieschets van deze persartikels:

- Tekst 1¹⁷⁵: In april 2017 evacueerden de bevoegde instanties twee dorpen in West-Vlaanderen nadat een tank in een nabijgelegen mestverwerkingsbedrijf lekgeslagen was, waardoor een salpeterzuurwolk over het gebied heen trok. Bij deze tekst gaat het over een negatief geconnoteerde gebeurtenis zonder voorafgaand verhaal. In het kader van dit onderzoek kan dus worden gesteld dat het merendeel van de lezers geen voorkennis heeft en op voorhand niet *geframed* werd.
- Tekst 2¹⁷⁶: Op 1 december 2016 maakte UNESCO bekend dat ze de Belgische biercultuur erkent als immaterieel cultureel werelderfgoed. Deze gebeurtenis wordt over het algemeen als positieve erkenning voor België beschouwd. In het kader van dit onderzoek wordt ervan uitgegaan dat de lezers wellicht een eigen mening over (Belgisch) bier hebben, maar dat de erkenning van de Belgische biercultuur vooral in verband staat met de identificatie met en de trots op deze waardering voor België.
- Tekst 3¹⁷⁷: Op 11 januari 2017 vonden er in het kader van terreuronderzoek vier huiszoekingen in Molenbeek plaats. Er werden geen wapens of explosieven gevonden maar er werden vier verdachten voor verhoor tijdelijk vastgehouden. In het kader van het onderzoek voor deze masterproef kan ervan worden uitgegaan dat de lezers wellicht een zekere voorkennis over het terreuronderzoek in België hebben en ook “Molenbeek” een gekend begrip is waar in zekere mate een eigen mening aan vasthangt die wellicht o.m. door herhaaldelijke

¹⁷³ Zie tabel 4: Lijst van de meest gebruikte buitenlandse mediakanalen – Groep 1 (bijlage 8.1.2)

¹⁷⁴ De verschillende frames worden met behulp van kleurcodes in de teksten aangeduid; zie bijlage 8.5.1.

¹⁷⁵ Zie bijlage 8.5.1.

¹⁷⁶ Zie bijlage 8.5.2.

¹⁷⁷ Zie bijlage 8.5.3.

confrontatie in de media bepaald werd. Of deze gebeurtenis als positief of negatief geconnoteerd wordt, hangt af van de presentatie: enerzijds kan een opening van een nieuw terreuronderzoek als negatief worden beschouwd, anderzijds werd meteen ingegrepen, konden verdachte personen verhoord worden en werden er geen verdachte voorwerpen gevonden, wat wederom een positieve insteek levert.

Hierna volgt de analyse van de persartikelen per medium om te kunnen achterhalen welke verschillen er op vlak van framing opvallen en op welke manier de verschillende positieve en negatieve gebeurtenissen gepresenteerd worden.

4.2.1.1. Duitse bron

Over het algemeen valt op dat de Duitse bron, *Der Spiegel*, in zijn artikelen met betrekking tot België steeds tracht een verband met Duitsland aan te tonen. Zo voegt *Der Spiegel* bij tekst 1 (salpeterzuurlek) bijvoorbeeld toe welke maatregelen de bevoegde instanties in Duitsland enkele jaren geleden namen met betrekking tot salpeterzuurproblemen. Bij de tweede tekst (UNESCO-certificaat) gaat *Der Spiegel* zelfs slechts kort in op de erkenning van de Belgische biercultuur, alvorens voornamelijk de Duitse UNESCO-certificaten toe te lichten. Daarnaast komt een “ver-van-mijn-bed”-frame¹⁷⁸ in alle artikelen naar voren. Het ver-van-mijn-bed-frame creëert met behulp van herhaaldelijke vage plaatselijke verwijzingen naar “twee Belgische dorpen”, “20 kilometer in het zuidwesten van Brugge” (beiden tekst 1) of het “Brusselse stadsgedeelte Molenbeek” (tekst 3) e.d. een zekere afstand tussen de ontvanger en het besproken onderwerp (in dit geval Belgische steden of België in het algemeen). De verwijzing naar bijvoorbeeld andere landen (tekst 1) versterkt deze afstandelijke perceptie vermits de aandacht van België als onderwerp wordt weggeleid.

Naast deze afstandelijke situering van de gebeurtenissen valt ook de kritische kijk en een objectieve berichtgeving op. Bijvoorbeeld worden de gebeurtenissen in Zevekote (tekst 1) al in de titel als ongeval gesitueerd, alvorens duidelijk wordt aangegeven welke maatregelen er getroffen werden om verdere schade te voorkomen. Ook bij de berichtgeving over de huiszoekingen in Molenbeek (tekst 3) begint het artikel als verslag van feiten. Daarentegen ‘framet’ *Der Spiegel* Molenbeek in de laatste paragraaf erg negatief door het als “Islamistenhochburg”¹⁷⁹ en “Problemviertel”¹⁸⁰ te beschrijven en een verband te leggen met de aanslagen van 13 november 2015 in Parijs.

Als bron geeft *Der Spiegel* de Duitse persagentschappen *DPA (Deutsche Presseagentur)* en *ASC Marketing&Consult* en het internationale agentschap *AFP (Agence France-Presse)*¹⁸¹.

4.2.1.2. Franstalige Belgische bron

De Franstalige Belgische bron *Le Soir* situeert de gebeurtenissen eveneens geografisch maar dankzij precieze verwijzingen naar bijvoorbeeld “la commune de Middelkerke” (tekst 1) is deze situering concreter dan in *Der Spiegel*. *Le Soir* verwijst in tekst 1 bovendien naar het gevaar voor automobilisten op de snelweg E40, wat in dit geval een zekere mate van betrokkenheid van Wallonië suggereert vermits de E40 ook door Wallonië loopt en daardoor wellicht ook Waalse automobilisten betroffen zijn. Opvallend is dat *Le Soir* in de tweede tekst (UNESCO-erkenning) naar “notre quotidien et notre culture” verwijst, wat de directe identificatie met België benadrukt en een zekere trots op het thuisland laat blijken. Bij de eerder negatieve berichtgevingen in tekst 1 en tekst 2 worden dergelijke identificatieframes echter niet gebruikt. Een verschil blijkt ook te bestaan tussen de positief en negatief geconnoteerde berichtgeving. Terwijl de twee negatief gepercipieerde berichten (tekst 1 en tekst 3) zich beperken tot de feiten en de maatregelen die genomen werden om erger kwaad te voorkomen¹⁸², wordt de positief gepercipieerde berichtgeving

¹⁷⁸ In het geel aangeduid; zie bijlage 8.5.1.

¹⁷⁹ NL. het bolwerk van de islamisten; zie bijlage 8.5.1.3. (a)

¹⁸⁰ NL. “probleemwijk” (vertaling: Désirée Radermacher)

¹⁸¹ In het paars aangeduid; zie bijlage 8.5.1.1.

¹⁸² In het lichtblauw en in het donkergroen aangeduid; zie bijlage 8.5.1. (b) en 8.5.3. (b)

versterkt door een aantal positieve verwijzingen. Enkele verwijzingen zijn bijvoorbeeld “une nouvelle que [on] attenda[it] depuis des années”, “la culture de la bière en Belgique méritait de figurer sur la liste” en “l’Unesco reconnaît la diversité de l’art brassicole Belge”.¹⁸³

Als bron dient voor de drie teksten in kwestie het Belgische persagentschap *Belga*.

4.2.1.3. Nederlandstalige Belgisch bron

Bij de berichtgeving van de Nederlandstalige Belgische bron *De Redactie* valt op het eerste zicht op dat de artikels die gratis ter beschikking zijn langer en gedetailleerder zijn ten opzichte van de vier vergeleken bronnen. Waar de andere bronnen zich beperken tot de essentie van het gebeuren, gaat *De Redactie* dieper in op de feiten zelf en op de omstandigheden waaronder ze plaatsvonden. Zo legt *De Redactie* in verband met het salpeterzuurlek (tekst 1) uit waar het probleem precies ontstond, welke gemeentes en dorpen in detail getroffen zijn, welke maatregelen er genomen werden ter bestrijding van het incident, welke controles en metingen er precies plaatsvonden en waar de geëvacueerde mensen de nacht precies konden doorbrengen.¹⁸⁴ Door deze gedetailleerde beschrijving van de genomen maatregelen versterkt *De Redactie* de indruk dat het incident op professionele en georganiseerde wijze wordt aangepakt en dat de bevoegde instanties hun verantwoordelijkheid opnemen. Bovendien beklemtoont *De Redactie* tot drie keer toe waar mensen terechtkunnen, die meer informatie willen of vragen hebben.¹⁸⁵ Deze verwijzing suggereert dat *De Redactie* ervan uitgaat dat het publiek direct betrokken zou kunnen zijn en vormt dus in zekere mate een directe identificatie met de gebeurtenissen. Ook in de berichtgeving over de UNESCO-erkenning (tekst 2) gebruikt *De Redactie* meermaals verwijzingen naar de eigen persoon, zoals “de biercultuur in ons land”, en wordt er herhaaldelijk verwezen naar andere Belgische UNESCO-certificaten.¹⁸⁶ Zelfs in de tekst over huiszoekingen in Molenbeek (tekst 3) maakt *De Redactie* specifieke verwijzingen naar verschillende straten die in het terreuronderzoek op één of andere manier een rol spelen of hebben gespeeld.¹⁸⁷ Ook deze verwijzingen geven blijk van een nauwe verbondenheid met het betrokkene gebied (in dit geval Molenbeek).

Vermits *De Redactie* geen concrete bronnen vermeldt, gaat dit onderzoek ervan uit dat de teksten aan de hand van officiële persmededelingen en bijkomend opzoekwerk werden geschreven. Bovendien vermeldt *De Redactie* het nieuwsagentschap *Belga* als bron voor fotomateriaal.

4.2.1.4. Duitstalige Belgische bron: *GrenzEcho*

Een eerste bijzonder opmerkelijke vaststelling bij de berichtgeving van het *GrenzEcho* is dat zowel het artikel over het salpeterzuurlek (tekst 1), als het bericht over de huiszoekingen in Molenbeek (tekst 3) sterke overeenkomsten aantonen met de *Spiegel*-teksten. Op enkele passages met aanpassingen na zijn de teksten uit het Duitse magazine en de Duitstalige Belgische krant nagenoeg identiek en daaruit concluderend hebben zij wellicht dezelfde oorsprong (*DPA*). Een tweede vaststelling, die daarmee gepaard gaat, is dat het *GrenzEcho* de brontekst al dan niet bewust met behulp van verwijzingen aanpast die de perceptie van de lezer sterk negatief zouden kunnen beïnvloeden. Waar *Der Spiegel* bijvoorbeeld over een “Gaswolke”¹⁸⁸ bericht, gebruikt het *GrenzEcho* het woord “Giftgaswolke”¹⁸⁹ – de verwijzing naar *Gift* (nl. vergif) versterkt de negatieve frame waarmee de ontvanger geconfronteerd wordt. Een vergelijkbaar voorbeeld is de verwijzing naar een “Anti-Terror-Razzia”¹⁹⁰ in de titel van tekst 3, terwijl *Der Spiegel* slechts over een “Anti-Terror-Einsatz” bericht. Hoewel deze twee verwijzingen als quasi-synoniemen kunnen worden

¹⁸³ In het donkergroen aangeduid; zie bijlage 8.5.2. (b)

¹⁸⁴ In het blauw aangeduid; zie bijlage 8.5.2. (b)

¹⁸⁵ In het lichtgroen aangeduid; zie bijlage 8.5.2. (b)

¹⁸⁶ In het lichtgroen aangeduid; zie bijlage 8.5.2. (b)

¹⁸⁷ In het lichtgroen aangeduid; zie bijlage 8.5.3. (b)

¹⁸⁸ Tekst 1; zie bijlage 8.5.1. (a)

¹⁸⁹ Tekst 1; Zie bijlage 8.5.1. (c)

¹⁹⁰ Tekst 3; Zie bijlage 8.5.3. (c)

beschouwd, hangt aan het Duitse woord *Razzia*¹⁹¹ een negatievere connotatie vast die de perceptie van de ontvanger zou kunnen beïnvloeden. Opvallend is echter dat het *GrenzEcho* negatieve verwijzingen naar Molenbeek, die *Der Spiegel* wel publiceerde, verwijdert of anders formuleert. Waar *Der Spiegel* Molenbeek bijvoorbeeld als “Islamistenhochburg” beschrijft, vervangt het *GrenzEcho* deze verwijzing door het minder negatief geconnoteerde “Rückzugsort”¹⁹². *Spiegel*-verwijzingen naar bijvoorbeeld “Problemviertel” Molenbeek¹⁹³ verwijdert het *GrenzEcho* volledig.

Bij de berichtgeving over de erkenning van de Belgische biercultuur als immaterieel cultureel werelderfgoed door UNESCO (tekst 2), een eerder positief gepercipieerd verhaal, komt bij het *GrenzEcho* een sterke persoonlijke identificatie met België en de Duitstalige Gemeenschap naar voren. Nadat een aantal positieve aspecten van de Belgische biercultuur toegelicht worden¹⁹⁴, gaan de twee laatste paragrafen over de rol van de Duitstalige Gemeenschap in het beslissingsproces gevolgd door een citaat van cultuurminister Isabelle Weykmans.

Een interview met Heinz Gensterblum, voormalig hoofdredacteur en huidig sportredacteur bij het *GrenzEcho* verklaart hoe deze verwijzingen tot stand komen.¹⁹⁵ Wanneer – zoals in dit geval – gebruik gemaakt wordt van een Duitse bron (*DPA*) werkt de *GrenzEcho*-redactie de berichten in die mate bij dat het Duitse perspectief waarin het artikel in eerste instantie geschreven werd, niet meer aanwezig is. Bijvoorbeeld tracht het *GrenzEcho* ernaar specifieke Belgische plaatsen te vermelden in plaats van algemene verwijzingen naar België, zoals het in Duitse bronnen veelal het geval is. Welke bronnen de redacteurs voor hun berichtgeving gebruiken hangt volgens Gensterblum af van het onderwerp. Vooral voor artikels over internationale – en meer bepaald politieke – onderwerpen maakt de redactie over het algemeen gebruik van Duitse bronnen zoals *DPA*. Vaak worden deze bronnen echter aangevuld met informatie van *Belga* of *VRT*, om een “Belgische draai” aan het artikel te geven. Dat kunnen onder meer uitspraken van Belgische politici of bepaalde verwijzingen naar het belang van het onderwerp voor België zijn.

4.2.1.5. Duitstalige Belgische bron: BRF Radio

De berichtgeving van *BRF Radio* is veruit korter dan die van de geschreven media. Op het web, waar geïnteresseerden meer informatie over de bijdragen kunnen vinden, is de berichtgeving daarentegen iets uitgebreider. Vermits op de website van de *BRF* geen geluidsfragmenten over de drie onderwerpen uit dit onderzoek te vinden zijn, wordt in het kader van deze masterproef een analyse gemaakt van de teksten die de lezers online kunnen consulteren.

Opvallend is dat de *BRF* over onvoorziene gebeurtenissen, zoals het ongeluk met salpeterzuur (tekst 1) en de huiszoekingen in Molenbeek (tekst 3), pas de dag na afloop van de feiten bericht en dat de berichtgeving daardoor vaak al concreter is dan bij onmiddellijke berichtgevingen. Zo weet *BRF*, wat bijvoorbeeld de huiszoekingen in Molenbeek betreft, meteen te melden dat de verdachten na verhoor niet werden aangehouden¹⁹⁶ en dat, betreffende het salpeterzuurongeval, de bewoners van Zevekote en Sint-Pieters-Kapelle na een controle op mogelijk gevaar door salpeterzuur naar hun huizen mochten terugkeren¹⁹⁷. Doordat de berichtgeving pas een dag na de incidenten plaatsvindt en er als gevolg daarvan meteen over de genomen maatregelen en de afloop van de gebeurtenissen kan bericht worden, blijken de incidenten minder risicovol of dramatisch waardoor de perceptie van de ontvanger eveneens positiever zou kunnen zijn. Opvallend is dat de berichtgeving over het positiever gepercipieerde onderwerp, de erkenning van de Belgische biercultuur als werelderfgoed (tekst 2), veruit uitgebreider besproken wordt dan de twee vergeleken teksten met een negatievere connotatie. Dit

¹⁹¹ Nl. klopjacht, inval, razzia (vertaling: Désirée Radermacher)

¹⁹² Nl. toevluchtsoord (vertaling: Désirée Radermacher)

¹⁹³ Cf. 4.2.1.1.

¹⁹⁴ In het donkergroen aangeduid; zie bijlage 8.5.2. (c)

¹⁹⁵ Volledig interview in bijlage 8.2.2.

¹⁹⁶ Tekst 3; zie bijlage 8.5.3. (c)

¹⁹⁷ Tekst 1; zie bijlage 8.5.1. (c)

zou echter met het feit te maken kunnen hebben dat de Duitstalige Gemeenschap bij deze gebeurtenis nauw betrokken was. Deze stelling wordt bevestigd door het grote aantal verwijzingen naar de DG¹⁹⁸. Bijvoorbeeld gaat de *BRF* dieper in op de rol die de DG speelde bij de aanvraag tot erkenning bij UNESCO en citeert de *BRF* Isabelle Weykmans, minister van cultuur in de DG. Daarenboven spreekt de *BRF* de Belgische lezer rechtstreeks aan met behulp van inclusieve verwijzingen zoals “Wir Belgier”, “Unser Bier”, “auf die man als Belgier besonders stolz sein darf”, “hierzulande” en dergelijke meer. Opvallend is dat de verwijzingen naar een identificatie met België zelfs sterker naar voren komen dan de identificatie met de DG.

Programmacheef Oliver Krickel bevestigt deze vaststelling tijdens een interview in het kader van deze masterproef. De drie voornaamste aandachtspunten voor de berichtgeving zijn volgens Krickel snelheid, betrouwbaarheid en een Oost-Belgische tint. Dat impliceert dat de redactie bij iedere berichtgeving tracht de relevantie voor (Oost-)België aan te tonen en dat daarvoor onder meer gebruik gemaakt wordt van bepaalde taalkundige strategieën. Net zoals het *GrenzEcho* let de *BRF* erop iedere verwijzing naar een expliciet Duits perspectief te verwijderen of aan te passen aan het Duitstalige Belgische publiek. Krickel legt uit dat dat niet betekent dat er helemaal geen Duits nieuws gebracht wordt. “[...] We liggen natuurlijk ook in een grensgebied en daar moeten we ook rekening mee houden. Wanneer in Aken bijvoorbeeld de boetes voor verkeerd parkeren plots duurder worden, is dat voor de Duitstalige Belgen belangrijk, want die gaan daar vaak hun boodschappen doen”, legt Krickel tijdens het interview uit.¹⁹⁹ De keuze van de bronnen hangt dan ook sterk af van het te bespreken onderwerp. Opvallend is dat de *BRF* in tegenstelling tot het *GrenzEcho* voornamelijk gebruik maakt van Belgische bronnen zoals *Belga*, *RTBF* en *VRT*. Duitse bronnen zoals *DPA* gebruikt de *BRF* vooral wanneer snelheid een bepalende factor is en wanneer de Duitse media bijvoorbeeld sneller over feiten berichten dan de Belgische bronnen. Net zoals voor de redacteurs van het *GrenzEcho* is het ook voor de redacteurs van de *BRF* cruciaal om Duitse bronteksten aan het Duitstalige Belgische publiek aan te passen.

4.2.1.6. Duitstalige Belgische bron: *Ostbelgien Direkt*

Anders dan de twee andere Duitstalige Belgische kanalen (*GrenzEcho* en *BRF*), bericht *Ostbelgien Direkt* enkel over de erkenning van de Belgische biercultuur als werelderfgoed. Hoewel de informatie dezelfde bron, een perstekst die door het Ministerie van de DG werd verstuurd, blijkt te hebben, ligt de klemtoon bij *Ostbelgien Direkt* anders. Hoewel *Ostbelgien Direkt* eveneens de nadruk legt op de verbinding met de Duitstalige Gemeenschap, Minister Weykmans en de rol van de DG bij het indienen van de aanvraag tot erkenning als erfgoed²⁰⁰, blijkt de identificatie met België slechts in beperkte mate te worden benadrukt, vermits slechts één paragraaf verwijst naar de status van bier in België.²⁰¹

In een interview in het kader van deze masterproef licht oprichter en hoofdredacteur Gerard Cremer toe dat hij als bronnen voornamelijk gebruik maakt van andere regionale media (*GrenzEcho* en *BRF*) of, wanneer nationale of internationale onderwerpen besproken worden, respectievelijk de webportalen van de *VRT* en – vooral – het Duitse persagentschap *DPA* raadpleegt. De klemtoon bij *Ostbelgien Direkt* ligt volgens Cremer op een minder uitgebreid, maar daarvoor een voor een Duitstalig Belgisch publiek bijzonder relevant aanbod. Onderwerpen, die voor de Duitstalige Belgen niet direct van belang zijn of minder interesse wekken, bespreekt hij helemaal niet. Hij probeert daarentegen naar eigen zeggen de “spreekbuis” van de Duitstalige Belgen te zijn en de thema’s te bespreken die in de Gemeenschap leven. De klemtoon ligt dan ook eerder regionaal en kan gaan van kleine, onbelangrijke weetjes tot en met belangrijk nieuws voor de streek.

¹⁹⁸ In het lichtgroen aangeduid; zie bijlage 8.5.2. (c)

¹⁹⁹ Volledig interview in bijlage 8.2.3.

²⁰⁰ In het lichtgroen aangeduid; zie bijlage 8.5.2. (c)

²⁰¹ In het geel aangeduid; zie bijlage 8.5.2. (c)

4.2.2. Kwantitatief onderzoek: framing experiment

Het kwantitatief experiment brengt in kaart in welke mate de houding van de Duitstalige Belgen ten opzichte van hun thuisland verandert wanneer ze met een stimulus (Duitse vs. Duitstalige Belgische vs. Belgische stimulus) geconfronteerd worden. De respondenten werden gerandomiseerd in groepen verdeeld alvorens hen verschillende stimuli, bestaande uit teksten met betrekking tot huiszoekingen in Molenbeek (B) in het kader van terreuronderzoek, te laten lezen.²⁰² De beschrijving van de geanalyseerde resultaten volgt in twee delen. Het eerste deel vergelijkt de algemene houding van de respondentengroepen ten opzichte van alle categorieën. Het tweede gedeelte van de beschrijving gaat vervolgens dieper in op de houding ten opzichte van deze verschillende categorieën: het terrorisme in Molenbeek, de Belgische terrorismebestrijding, de identificatie met Molenbeek als Belgische stad en de identificatie met België als thuisland. Onderstaande tabel toont de verdeling van de respondenten volgens herkomst en stimulus aan. Aangezien er onvoldoende Frans- en Nederlandstalige respondenten werden gevonden, die voldoende Duits begrijpen om als referentiegroep aan dit onderzoek deel te nemen, neemt dit onderzoek deze resultaten wel mee, maar houdt het ook rekening met deze ontoereikende representativiteit.

	Duitse stimulus	Duitstalig Belgische stimulus	Franstalige Belgische stimulus	Nederlandstalige Belgische stimulus	Totaal (#)
	<i>Der Spiegel</i>	<i>GrenzEcho</i>	<i>Le Soir</i>	<i>De Redactie</i>	
	(#)	(#)	(#)	(#)	
Duitstalige Belgen	73	79	33	23	208
Nederlandstalige Belgen	16	12	14	20	62
Franstalige Belgen	13	7	6	10	36
Duitsers	25	23	16	11	75
Totaal	127	121	69	64	381

Tabel 10 Verdeling respondenten experiment volgens herkomst en stimulus

Nadat tabel 10 de verdeling van de respondenten volgens herkomst en stimulus verduidelijkt, brengt tabel 11 in kaart hoe de algemene houding van de respondenten in verhouding staat ten opzichte van de vier stimuli (Duits, Franstalig Belgisch, Nederlandstalig Belgisch, Duitstalig Belgisch). Bovendien toont tabel 11 aan hoe de resultaten van de Duitstalige Belgische respondenten zich verhouden ten opzichte van de referentiegroepen.

Een eerste interessante vaststelling is dat de gemiddelde houding van de vier respondentengroepen na blootstelling aan de Duitse en met de Duitstalige Belgische stimulus opvallend lager blijkt te zijn (beide $M = 4,09$), dan bij confrontatie met de Nederlandstalige en de Franstalige Belgische stimuli (resp. $M = 4,25$ en $M = 4,33$).²⁰³ Deze cijfers en vooral de overeenkomst tussen de resultaten met betrekking tot de Duitse en de Duitstalige Belgische stimulus zijn vermoedelijk te verklaren aan de hand van het voorafgaande kwalitatieve experiment, waaruit bleek dat de meeste Duitstalige Belgische media voor hun berichtgeving – indien beschikbaar – Duitse bronnen gebruiken, die ze in de mate van het mogelijke aan hun Duitstalige Belgische doelpubliek aanpassen (4.2). Hoewel bepaalde uitdrukkingen aangepast of geschrapt werden, blijken enkele negatieve frames de lezers toch (op zijn minst tijdelijk) te beïnvloeden.

Deze eerste vaststelling is bijzonder opvallend met een kijk op de tweede vergelijking: de gemiddelde houding van de Duitstalige Belgen ten opzichte van de referentiegroepen (Duitsers, Nederlandstalige Belgen en Franstalige Belgen). Opmerkelijk is vooral dat de algemene houding

²⁰² Teksten in bijlage 8.5.3. (a,b,c)

²⁰³ N.B. Deze scores bespreken niet de gemiddelde houding van de lezer, maar wel de impact van de stimulus op de gemiddelde houding van de vier respondentengroepen. De gemiddelde houding van de lezers zou in dit geval geen referentie zijn, vermits de respondentengroepen niet even groot zijn.

ongeacht de stimuli (M Regio) bij de Duitstalige Belgen bovengemiddeld ($M = 4,27$) hoog lijkt te liggen. De houding van de twee Belgische referentiegroepen ($M = 4,17$ en $M = 4,18$) ligt opmerkelijk lager dan de houding van de Duitstalige Belgen en de Duitse referentiegroep vertoont zelfs een nog negatievere houding ($M = 4,14$). De vaststelling dat de perceptie van de Duitse respondenten en de Duitstalige Belgen in deze mate verschilt (verschil in gemiddelde van 0,13), is opvallend vermits eerder onderzoek in het kader van deze masterproef aantoonde dat de Duitstalige Belgen voornamelijk Duitse mediakanalen consumeren (4.1) en daardoor in het verleden wellicht herhaaldelijk met dezelfde frames in contact zijn gekomen als de Duitse respondenten.²⁰⁴

De literatuurstudie in het kader van dit onderzoek suggereerde dat een herhaaldelijke blootstelling aan dezelfde media en dezelfde frames de houding en uiteindelijk de identiteit van de mediaconsument wellicht zou beïnvloeden. De literatuurstudie suggereerde eveneens dat de houding van de Duitstalige Belgen en van de Duitse respondenten in zekere mate overeen zou komen en – omwille van de sterke negatieve frame – vergelijkbaar negatief zou zijn. De resultaten uit dit onderzoek laten echter zien dat, hoewel de Duitse respondenten een gemiddeld negatievere houding vertonen ($M = 4,14$), de Duitstalige Belgen een uitgesproken positieve algemene mening ten opzichte van België hebben ($M = 4,27$). Opvallend is ook dat de houding van de Duitstalige Belgen vooral door de Duitse en de Duitstalige Belgische stimulus sterk negatief beïnvloed wordt – d.w.z. net door de media waarmee ze het vaakst geconfronteerd worden. Deze vaststelling zal in hoofdstuk 5 verder bediscussieerd worden.

	Duitse stimulus $M(SD)^*$	Duitstalige Belgische stimulus $M(SD)$	Nederlandstalige Belgische stimulus $M(SD)$	Franstalige Belgische stimulus $M(SD)$	M Regio
Duitstalige Belgen	4,14 (0,74)	4,12(0,72)	4,57(0,73)	4,25(0,66)	3,56
Franstalige Belgen	4,05(0,47)	4,27(0,82)	4,13(0,78)	4,23(0,29)	3,58
Nederlandstalige Belgen	4,05(0,72)	4,08(0,59)	4,04(0,78)	4,56(0,69)	3,49
Duitsers²⁰⁵	4,11(0,78)	3,88(0,84)	4,26(0,77)	4,29(0,65)	3,38
(M) artikel	4,09	4,09	4,25	4,33	4,19

*M is de gemiddelde houding van de respondenten met 1 = zeer negatief en 7 = zeer positief. Het kantelpunt tussen positief en negatief ligt bij een score van 4. Het getal tussen haakjes is de standaardafwijking aangeduid met SD.

Tabel 11 Kwantitatief experiment – gemiddelde perceptie per groep en stimulus (U1-U13)

Nadat tabel 11 de verschillen blootlegde tussen de gemiddelde houding per groep en stimulus, gaat het volgende gedeelte dieper in op de verschillende categorieën waarover de respondenten hun mening gaven. De vier tabellen bespreken telkens een categorie en vergelijken de houding van de respondenten ten opzichte van deze categorie in combinatie met de stimulus waarmee de respondenten geconfronteerd werden.

De eerste tabel (tabel 12) achterhaalt de houding van de respondenten ten opzichte van het terrorisme in Molenbeek. Opvallend is dat de Duitstalige Belgische respondenten na confrontatie met de Duitse stimulus een onzekere houding ($M = 3,66$) ten opzichte van Molenbeek lijken te hebben, maar dat deze onzekere houding toch hoger ligt dan de gemiddelde houding van de anderstalige Belgische respondenten ($(M = 3,45$ $SD = 0,63)$ ²⁰⁶. Verrassend is ook dat de perceptie van de Duitse respondenten eveneens hoger ligt ($M = 3,81$) dan die van de anderstalige Belgische

²⁰⁴ Hoofdstuk 5 bediscussieert deze vaststelling gedetailleerder.

²⁰⁵ Bij het gemiddelde van de houding van de Duitse bevolking wordt er geen rekening gehouden met categorie 3 en 4 (identificatie met Molenbeek als Belgische staat en identificatie met België als thuisland) omdat deze n.v.t. zijn.

²⁰⁶ Het gemiddelde $M = 3,45$ is het gemiddelde van beide groepen anderstalige Belgen als één groep beschouwd. De gemiddeldes voor de Vlaamse en Waalse respondenten bedragen respectievelijk $M = 3,30$ en $M = 3,63$.

respondenten. De perceptie van de Duitstalige Belgen ligt bij blootstelling aan de Duitse stimulus bovendien hoger ($M = 3,66$) dan bij blootstelling aan de drie Belgische stimuli. De Duitstalige Belgische stimulus blijkt zelfs de grootste negatieve invloed op de perceptie van de Duitstalige Belgen te hebben ($M = 3,41$).

	Duitse stimulus $M(SD)^*$	Duitstalige Belgische stimulus $M(SD)$	Nederlandstalige Belgische stimulus $M(SD)$	Franstalige Belgische stimulus $M(SD)$
Totaal	3,6	3,6	3,72	4,01
Duitstalige Belgen	3,66 (0,92)	3,41(1,06)	3,63(1,02)	3,55 (0,73)
Franstalige Belgen	3,63(0,56)	3,82(1,05)	3,53(0,86)	4,13(0,38)
Nederlandstalige Belgen	3,30(0,67)	3,67(0,70)	3,84(0,82)	4,14(0,67)
Duitsers	3,81(1,07)	3,50(1,06)	3,86(1,07)	4,23(0,64)

* M is de gemiddelde houding van de respondenten met 1 = zeer negatief en 7 = zeer positief. Het kantelpunt tussen positief en negatief ligt bij een score van 4. Het getal tussen haakjes is de standaardafwijking, aangeduid met SD .

Tabel 12 Kwantitatief experiment – houding t.o.v. het terrorisme in Molenbeek per groep en stimulus (U1-U4)

Tabel 13 brengt de houding van de respondentengroepen ten opzichte van de bestrijding van het terrorisme in België in kaart. Opvallend is dat de perceptie van alle respondenten ongeacht de stimulus met scores boven 4 positiever blijkt te zijn dan de houding tegenover het terrorisme in Molenbeek. Ten opzichte van de terrorismebestrijding in België blijken de Duitse stimulus en de Duitstalige Belgische stimulus de meest negatieve impact op de Duitstalige Belgische respondenten te hebben (resp. $M = 4,33$ en $M = 4,32$). De Nederlandstalige Belgische stimulus blijkt daarentegen een zeer positief effect te vertonen met een gemiddelde score van nagenoeg 5 ($M = 4,97$). Een tweede bijzonderheid blijkt de houding van de Duitse respondenten ten opzichte van België te zijn. Terwijl de score bij deze referentiegroep betreffende het terrorisme in Molenbeek gemiddeld 0,85 hoger ligt (zie tabel 12) dan bij de Belgische respondenten, blijkt de houding tegenover de terrorismebestrijding in België net negatiever te zijn ($M = 4,36$).

	Duitse stimulus $M(SD)^*$	Duitstalige Belgische stimulus $M(SD)$	Nederlandstalige Belgische stimulus $M(SD)$	Franstalige Belgische stimulus $M(SD)$
Totaal	4,35	4,30	4,68	4,41
Duitstalige Belgen	4,33(0,87)	4,32(0,89)	4,97(1,01)	4,41(0,88)
Franstalige Belgen	4,23(0,67)	4,37(1,10)	4,40(0,78)	4,07(1,10)
Nederlandstalige Belgen	4,51(0,73)	4,35(0,53)	4,54(1,04)	4,64(1,03)
Duitsers	4,35(0,87)	4,18(0,84)	4,58(0,98)	4,34(0,84)

* M is de gemiddelde perceptie van de respondenten met 1 = zeer negatief en 7 = zeer positief. Het kantelpunt tussen positief en negatief ligt bij een score van 4. Het getal tussen haakjes is de standaardafwijking, aangeduid met SD .

Tabel 13 Kwantitatief experiment – houding t.o.v. het terrorisme in België per groep en stimulus (U5-U9)

Tabel 14 schetst een beeld van de mate waarin de lezers zich met Molenbeek als Belgische stad identificeren. De tabel houdt echter geen rekening met de Duitse referentiegroep, vermits het identificatievermogen met een Belgische stad voor hen niet van toepassing is. De Belgische respondentengroepen blijken zich ongeacht de stimulus slechts in beperkte mate met Molenbeek als Belgische stad te identificeren. Slechts vier van de groep-stimulus-combinaties behalen een gemiddelde score van meer dan 4. Opvallend is dat deze vier gemiddeldes boven 4 twee keer op de Franstalige respondenten slaan en twee keer gelinkt zijn aan de Franstalige Belgische stimulus. De

Nederlandstalige respondenten blijken de minste identificatie met Molenbeek te voelen ($M = 3,63$; $M = 3,58$; $M = 3,30$).

	Duitse stimulus (M)	Duitstalige Belgische stimulus (M)	Nederlandstalige Belgische stimulus (M)	Franstalige Belgische stimulus (M)
Totaal	3,74	3,93	3,79	4,13
Duitstalige Belgen	3,82(1,44)	3,78(1,61)	4,17(1,70)	3,94(1,67)
Franstalige Belgen	3,77(1,22)	4,43(0,73)	3,90(1,68)	4,33(1,46)
Nederlandstalige Belgen	3,63(1,38)	3,58(1,18)	3,30(1,68)	4,11(1,35)
Duitsers	n/a*	n/a	n/a	n/a

* M is de gemiddelde perceptie van de respondenten met 1 = zeer negatief en 7 = zeer positief. Het kantelpunt tussen positief en negatief ligt bij een score van 4. Het getal tussen haakjes is de standaardafwijking, aangeduid met SD.

Tabel 14 Kwantitatief experiment – graag van identificatie met België per groep en stimulus (U10-U11)

De voor dit onderzoek wellicht meest interessante resultaten betreffen de mate waarin de Belgische respondentengroepen zich met België als thuisland identificeren. Tabel 15 vat deze cijfers samen. Echter wordt ook hier geen rekening gehouden met de antwoorden van de Duitse respondenten vermits deze niet van toepassing zijn. De mate van identificatie ligt bij alle respondenten gemiddeld duidelijk hoger dan de identificatie met Molenbeek ($M = 4,99$ t.o.v. $M = 3,9$). Vooral de Duitstalige Belgen vertonen een bijzonder hoge gemiddelde mate van identificatie ($M = 5,42$)²⁰⁷. In combinatie met de Nederlandstalige en Franstalige stimulus vertonen de Duitstalige Belgen het hoogste identificatievermogen (resp. $M = 5,80$ en $M = 5,55$). De Duitstalige Belgische stimulus blijkt een iets lagere, maar wel vrij positieve identificatie ($M = 5,36$) teweeg te brengen, terwijl de graad van identificatie in combinatie met een Duitse stimulus bij de Duitstalige Belgen het laagst blijkt te zijn ($M = 4,94$). Binnen de landsgrenzen kan nog een ander opmerkelijk fenomeen vastgesteld worden. De algemene houding van de Duitstalige Belgen met betrekking tot de identificatie met België is sterk significant hoger dan die van de Nederlandstalige en Franstalige respondenten, met $t(306) = 2,942$ en $p = .004$. Beide groepen vertonen een overwegend positieve houding ten opzichte van hun land, maar de Duitstalige Belgen ($M = 5,29$) toch meer dan de twee andere nationale respondentengroepen ($M = 4,73$).²⁰⁸

	Duitse stimulus M(SD)	Duitstalige Belgische stimulus M(SD)	Nederlandstalige Belgische stimulus M(SD)	Franstalige Belgische stimulus M(SD)
Totaal per stimulus	4,82	4,95	4,88	5,31
Duitstalige Belgen	4,94(1,52)	5,36(1,47)	5,80(1,33)	5,55(1,31)
Franstalige Belgen	4,69(1,36)	4,79(1,29)	4,90(1,66)	4,75(0,88)
Nederlandstalige Belgen	4,84(1,49)	4,71(1,16)	3,95(2,13)	5,64(1,28)
Duitsers	n/a	n/a	n/a	n/a

* M is de gemiddelde perceptie van de respondenten met 1 = zeer negatief en 7 = zeer positief. Het kantelpunt tussen positief en negatief ligt bij een score van 4. Het getal tussen haakjes is de standaardafwijking, aangeduid met SD.

Tabel 15 Kwantitatief experiment – graag van identificatie met België per groep en stimulus (U12-U13)

²⁰⁷ Betreft het gelijkgewogen gemiddelde van de vier verschillende stimuli op de Duitstalige Belgen.

²⁰⁸ Betreft de berekening van de algemene houding over de verschillende kranten heen. De respondenten in kwestie werden in 2 groepen ingedeeld. De Duitstalige Belgen enerzijds, de Nederlandstalige- en Franstalige Belgen anderzijds.

4.3. De cultuur en identiteit van de Duitstalige Belg

Nadat de vorige hoofdstukken eerst het mediagebruik van de Duitstalige Belgen in kaart brachten en vervolgens de invloed van verschillende stimuli op de mening van de respondenten achterhaalde, bespreekt dit hoofdstuk de kennis van de Duitstalige Belgen over verschillende Belgische en Duitse feiten en personen, waarmee ze respectievelijk via de Belgische en Duitse media in contact zouden kunnen gekomen zijn. Aan de respondenten werd gevraagd om op een schaal van 1 (helemaal niet gekend) tot 5 (precies gekend) aan te geven hoe goed ze een persoon of gebeurtenis kwastie kennen. Een eerste vraag achterhaalde de kennis over bekende personen (tabel 16), gevolgd door een tweede vraag die de kennis over gebeurtenissen met nieuwswaarde aantoont (tabel 17).

Uit de resultaten blijkt dat de drie Duitse bekende personen, Xavier Naidoo ($M = 4,79$), Steffen Henssler ($M = 3,88$) en Wolfgang Schäuble ($M = 4,34$), in deze volgorde de grootste bekendheid genieten. Jacques Brel, een welgekende Franstalige zanger, geniet met $M = 4,04$ een iets hogere bekendheid als tv-kok Steffen Henssler. De twee andere Franstalige Belgen zijn duidelijk minder bekend, met een kleine voorsprong voor politicus Christophe Lacroix ($M = 2,27$ vs. $M = 1,40$). Een minderheid van de respondenten kent de twee Nederlandstalige prominenten: Politicus Bart Tommelein ($M = 1,76$) geniet een licht hogere bekendheid dan tv-kok Jeroen Meus ($M = 1,53$). Opvallend is ook dat de Duitse bekende personen met een gemiddelde van $M = 4,33$ het meest gekend zijn en dat de Franstalige bekende personen pas met een grote afstand daarop volgen ($M = 2,57$). De Nederlandstalige bekende personen zijn met $M = 1,65$ het minste gekend. Opvallend is ook dat de 'grijze zone' bij de drie politici – en vooral bij Wolfgang Schäuble (D) en Christophe Lacroix (W) – veel groter is dan bij de categorieën muziek en tv. Dat betekent dat het merendeel van de respondenten geen van de twee extremen (1 = helemaal niet gekend vs. 5 = goed gekend) heeft aangeduid, maar dus wel al ooit iets over deze persoon heeft gehoord.²⁰⁹

Naam (herkomst)	Gemiddelde bekendheid per persoon (M)	Herkomst (namen)	Gemiddelde bekendheid per herkomst (M)
Xavier Naidoo (D)	4,79	Duitsland (Naidoo, Schäuble Henssler)	4,33
Wolfgang Schäuble (D)	4,34		
Jacques Brel (W)	4,04		
Steffen Henssler (D)	3,88	Wallonië (Brel, Lacroix, Etchebest)	2,57
Christophe Lacroix (W)	2,27		
Bart Tommelein (V)	1,76		
Jeroen Meus (V)	1,53	Vlaanderen (Tommelein, Meus)	1,65
Philippe Etchebest (W)	1,40		
Clouseau (V) ²¹⁰	3,62		

Tabel 16 Kennis over Duitse en Belgische bekende personen – Groep 1

De kennis over bekende personen uit verschillende domeinen geeft een eerste indruk van de algemene culturele en politieke kennis van de Duitstalige Belgen in Duitsland, Vlaanderen en Wallonië. Onderstaande tabel toont echter aan over welke gebeurtenissen, die in 2016 meer of minder aandacht in de verschillende regionale (Vlaanderen/Wallonië), nationale (België vs. Duitsland) en internationale (wereldwijd) media kregen, de Duitstalige Belgen al iets hebben gehoord en vooral hoe goed ze deze gebeurtenissen kunnen situeren. De antwoorden laten duidelijk zien dat de kennis over gebeurtenissen met nieuwswaarde in Duitsland (aangeduid met de letter D) over het algemeen beter is dan de kennis over Belgische gebeurtenissen. Bij vier Duitse

²⁰⁹ Zie grafiek 1: Kennis over Duitse en Belgische bekende personen – Groep 1 (bijlage 8.1.2.)

²¹⁰ Uit gesprekken met een aantal respondenten bleek dat de naam van de Vlaamse muziekgroep Clouseau [klu'zo] voor verwarring zorgde omdat er een Duitse popgroep met een gelijkaardige naam Clueso [kly'zo:] bestaat. Het onderzoek zal daarom geen rekening houden met de gevonden resultaten.

nieuwsberichten (nr. 2-5) ligt de gemiddelde kennis van de Duitstalige Belgen tussen $M = 3,84$ (nr.5) en $M = 4,77$ (nr. 2). Deze vier gebeurtenissen behoren daarmee tot de gekendste gebeurtenissen. Enkel nr. 1, de aanslagen in Brussel op 22 maart 2016 – een gebeurtenis met grote internationale media-aandacht, overtreffen deze cijfers met $M = 4,90$. De uittrede van Sebastian Schweinsteiger uit de nationale ploeg (nr. 7) volgt met een gemiddelde bekendheid van $M = 3,74$. De twee minst gekende Duitse nieuwsberichten, nr. 11 en nr. 13, betreffen de ontsnapping van een gevangene tijdens een daguitstap in Keulen ($M = 2,88$) en de overwinning van Prince Damian tijdens een Duitse talentshow ($M = 1,92$).

De gekendste Belgische nieuwsberichten zijn na de aanslagen van Brussel ($M = 4,90$) in deze volgorde het ontslagschandaal bij ING (Nr. 6; $M = 3,75$), de publifin affaire (Nr. 8; $M = 3,55$), het protest door studenten geneeskunde over een nieuw regelement met betrekking tot de toelatingsproef (Nr.9; $M = 3,37$) en de extreme waterschade door hevig onweer (Nr.10; $M = 3,17$). Opvallend is dat bij deze vier gebeurtenissen zowel Vlaanderen als Wallonië betrokken waren en dat ze aldus voldoende nieuwswaarde vertoonden om in het volledige nationale nieuws (Wallonië, Vlaanderen en de DG) te worden gepubliceerd. De gemiddelde kennis van de gebeurtenissen, die van nationaal belang waren, ligt dan ook bij $M = 3,89$; terwijl de regionale (vooral Vlaamse) feiten slechts een bekendheid van $M = 1,86$ bereiken. Het nieuws dat vooral regionale relevantie (Vlaanderen) vertoonde blijkt met een bekendheid tussen $M = 2,24$ (Nr.12) en $M = 1,20$ (Nr.17) bij de Duitstalige bevolking het minst gekend te zijn.

Opvallend is vooral dat de kennis over de Belgische gebeurtenissen ver uiteenloopt. Dat wil zeggen dat de respondenten bij de Duitse gebeurtenissen vaker vijf punten (“zeer zeker”) aanduiden, terwijl de antwoorden bij de Belgische gebeurtenissen vager of onzekerder blijken te zijn met scores van 2, 3 of 4 (“al iets over gehoord”, “een idee” en “redelijk zeker”).²¹¹ Deze bevinding suggereert dat de Duitstalige Belgen over meer achtergrondinformatie met betrekking tot de Duitse feiten beschikken, waardoor ze deze beter kunnen plaatsen. Dit zou onder meer te maken kunnen hebben met een herhaaldelijke confrontatie met de onderwerpen door middel van de verschillende Duitse kanalen.

²¹¹ Zie grafiek 2: Kennis over gebeurtenissen in 2016 met media-aandacht – Groep 1 (bijlage 8.1.2.)

Vraag: Over welke van deze gebeurtenissen in 2016 heeft u gehoord en hoe precies weet u waarover het gaat?

Nr.	Gebeurtenis (Duits vs. Belgisch)	Gemiddelde bekendheid (M)	Betrokken land/plaats	Gemiddelde bekendheid (M)
1	Aanslagen in Brussel op 22 maart 2016 (B)	4,90		
2	Aanslag in Berlijn op 19 december (D)	4,77		
3	Satiricus Jan Böhmermann veroorzaakt "Erdogate" (D)	4,23	Nationaal/DG	
4	Duitsland treurt om Guido Westerwelle (D)	4,10	(1; 6; 8; 9; 10)	3,89
5	Pietro en Sarah Lombardi gaan uit elkaar (D)	3,84		
6	ING ontslaat groot aantal medewerkers (B)	3,75		
7	Bastian Schweinsteiger verlaat de nationale ploeg (D)	3,74		
8	Publifin-Affaire (B)	3,55		
9	Studenten niet gelukkig over toelatingsproef voor studies geneeskunde (B)	3,37	Duitsland	
10	Extreme waterschade in Limburg en Noord-Brabant na onweer (B)	3,17	(2; 3; 4; 5; 7; 11; 13)	3,64
11	Gevangene ontsnapt tijdens Brouwerijbezoek in Keulen (D)	2,88		
12	Racistische opmerkingen over Meryame Kitir tijdens parlementsitting (B)	2,24		
13	Prince Damien is winnaar van het 13de DSDS-seizoen (D)	1,92	Regionaal: Vlaanderen	
14	Nieuwe bezetting voor K3 gevonden (B)	1,87	(12; 14; 15; 16; 17)	1,96
15	België verdeeld over Temptation Island (B)	1,76		
16	18-jarige Jordy verhongert in tentje (B)	1,55		
17	Toon en Kaat uit "Thuis" gaan uit elkaar (B)	1,20		

Tabel 17 Kennis over gebeurtenissen in 2016 met media-aandacht – Groep 1

5. Discussie en suggesties voor verder onderzoek

Na een diepgaande analyse van de beschikbare literatuur en een onderzoek naar enerzijds het mediagebruik van de Duitstalige Belgen, en anderzijds de invloed van framing in deze media op de identiteit van de Duitstalige Belgen, zal dit hoofdstuk proberen een conclusie uit al deze bevindingen te trekken. Het eerste deel zal de ontwikkeling van een Duitstalige Belgische identiteit toelichten (6.1.). Het tweede deel zal vervolgens de bevindingen met betrekking tot het mediagebruik van de Duitstalige Belgen nader toelichten (6.2.), alvorens het derde deel de rol van dat mediagebruik en het effect van framing op de identiteitsontwikkeling in kaart brengt (6.3.). Het vierde deel zal vervolgens afsluiten met suggesties voor verder onderzoek (6.4.).

5.1. De zoektocht naar de identiteit van de Duitstalige Belgen

De analyse van de beschikbare literatuur over enerzijds de geschiedenis van de Duitstalige Belgen en anderzijds het taalconflict waarmee deze bevolking tegenwoordig geconfronteerd wordt, leidt tot de conclusie dat de Duitstalige Belgen een sterke behoefte hebben om hun eigen identiteit te ontplooien en hun autonomie in België uit te breiden. In de jaren van mentale onderdrukking in de tussenoorlogse jaren, maar ook tijdens en na WOII, werd de Duitstalige Belgen een identiteit opgelegd – eerst door België, vervolgens door Duitsland en tot slot opnieuw door België. Deze ontwikkeling en de herhaaldelijk veranderende opgelegde identiteit leidden tot een identiteitsconflict dat in zekere mate tot de dag van vandaag een rol speelt. Vooral in de beginfase na WOII werden alle banden met Duitsland stopgezet of verzwegen. Op de dag van vandaag zijn deze directe banden, onder meer dankzij het ontstaan van de Europese unie, lossier, zodat de bevolking bijvoorbeeld gebruik maakt van de geopende grenzen om in een Duitstalige omgeving boodschappen te kunnen doen of naar de bioscoop te gaan. Maar toch kan een zekere afstandelijke houding van de Duitstalige Belgen ten opzichte van Duitsland niet verborgen worden. Immers proberen de Duitstalige Belgen met alle macht iedere identificatie met Duitsland te voorkomen of tegen te spreken. De uitbreiding van de autonomie van de DG binnen de Belgische Staat en vooral het feit dat de politieke partijen er gezamenlijk naar streven deze autonomie uit te breiden om

uiteindelijk een *Belgien zu viert* te bereiken, ondersteunen de stelling dat de Duitstalige Belgen ernaar streven hun eigen identiteit verder te ontplooiën. De nieuwe marketingstrategie en de keuze van de merknaam *Ostbelgien* – en niet Duitstalige Gemeenschap – is dan ook een statement voor deze territoriale en mentale afbakening: iedere Duitse connotatie is verdwenen en ook Wallonië krijgt geen plaats in de nieuwe presentatie. In plaats daarvan is er nu een duidelijke verwijzing naar België en meer bepaald het Oosten van België.

De literatuurstudie (2.1.3 en 2.1.5) toont aan dat de bewogen geschiedenis van de Duitstalige Gemeenschap een grote impact op het identiteitsbesef van de Duitstalige bevolking heeft gehad. Na jarenlange, afwisselend Duits-Belgische onderdrukking, waarin de bevolking eerst verfranst (in de jaren na WO1), vervolgens *gleichgeschaltet* (in de tussenoorlogse jaren) en tot slot “gedenazificeerd” (in de jaren na WOII) werd, duurde het decennia tot de Duitstalige Belgen een autonomiestreven ontwikkelden en daarmee de zoektocht naar hun eigen identiteit openden.

5.2. Het mediagebruik van de Duitstalige Belgen

Hoewel de Duitstalige Belgen streven naar een autonome en evenwaardige Duitstalige Gemeenschap, blijft de DG op taalvlak een minderheid. Eén gevolg daarvan is een beperkt Duitstalig Belgisch media-aanbod. Het veldonderzoek in het kader van deze masterproef (2.1.6) toonde aan dat er – weliswaar naast enkele kleinere tijdschriften en radioprogramma’s – slechts één Duitstalige krant (online en print), één Duitstalige televisie- en mediaomroep en één Duitstalig online-nieuwsportaal beschikbaar zijn. De enquête in het kader van dit onderzoek bracht het mediagebruik van de Duitstalige Belgen in kaart om te achterhalen welke rol de Duitse media bij de Duitstalige Belgische bevolking speelt. Uit deze enquête bleek dat 83 procent van de Duitstalige Belgen (noord en zuid) de Duitstalige Belgische krant *GrenzEcho* online en/of offline consumeert. Het tweede meest gebruikte kanaal bleek het radioaanbod van de *BRF* (*BRF1* en *BRF2*) te zijn. De televisiezender van dezelfde groep blijkt bij de Duitstalige Belgen geen vergelijkbare populariteit te genieten (12,43 procent). Opvallend is echter dat de populariteit van het radioaanbod een groot verschil tussen de Duitstalige Belgen in het noorden (55,10 procent) en in het zuiden (80 procent) van de DG laat zien. Deze vaststelling suggereert dat de Duitstalige Belgische zenders van *BRF* in het noorden – wellicht onder meer omdat het netwerk in dit verstedelijkte gebied uitgebreider is – tegen andere zowel Belgische als Duitse kanalen moet opboksen.

Het onderzoek wees bovendien uit dat meer dan 94,53 procent van de Duitstalige Belgen gebruik maakt van Duitse media en in beduidend mindere mate (55,45 procent) van anderstalige Belgische media (Nederlands en Frans). De Franstalige media ($M = 27,16$ procent) zijn – wellicht door de structurele tweetaligheid (2.1.4) – beduidend populairder dan de Nederlandstalige media ($M = 8,6$ procent). Er blijkt eveneens een verschil te zijn betreffende de voorkeur van specifieke kanalen. Niet alleen op vlak van taal, maar ook betreffende de specifieke kanalen zijn er verschillen op te merken. Bij de Duitse media genieten televisiezenders een bijzonder grote populariteit (85,68 procent) bij de Duitstalige Belgen, terwijl de voorkeur bij Franstalige en Nederlandstalige media uitgaat naar radiozenders, dicht gevolgd door geschreven media. Frans- en Nederlandstalige televisiezenders worden daarentegen in veel mindere mate gebruikt. Deze vaststelling is vermoedelijk te verklaren door het feit dat de taalbeheersing voor de consumptie en het begrip van televisieprogramma’s zoals het nieuws, films of reality-programma’s essentieel is – wellicht een reden voor de Duitstalige Belgen om Duitstalige televisiezenders te verkiezen. Deze redenering is ook van toepassing op de voorkeur van anderstalige radiozenders ten opzichte van kranten en televisieprogramma’s. De voorkeursprogramma’s (in deze volgorde: *Studio Brussel* (nl), *Classic21* (fr), *Radio Contact* (fr) en *NRJ* (fr)) zijn immers voornamelijk muziekgerichte programma’s, waarvoor de beheersing van de taal in kwestie niet noodzakelijk is. Dat Franstalige en Nederlandstalige printmedia meer populariteit genieten dan televisiezenders is eveneens te verklaren door de taalbarrière. Volgens het Europese Referentiekader ligt het benodigde niveau van vreemde-

taalbeheersing voor (pers)artikels immers bij B2²¹², terwijl voor het moeiteloze begrip van gesproken taal in tv-programma's of films een niveau C1²¹³ voordelig is.

5.3. De rol van media in de ontwikkeling van de identiteit

De bevindingen uit de enquête over het mediagebruik van de Duitstalige Belgen bevestigen het vermoeden, dat aan de basis van deze masterproef ligt, dat de Duitse media een belangrijke plaats innemen in het alledaagse leven van de Duitstalige Belgen. Deze voorkeurspositie van de Duitse media kan een rol spelen bij de ontwikkeling van de Duitstalige Belgische identiteit, die momenteel volop aan het ontwikkelen blijkt te zijn (6.1.).

Zoals in 6.2 toegelicht, bekleden de Duitse media een voorkeursrol ten opzichte van Belgische mediakanalen. Dat heeft onder meer als gevolg dat de algemene kennis over nieuwsfeiten, cultuur en politiek met betrekking tot Duitsland beduidend groter is dan de kennis over Belgische feiten. Desalniettemin is opvallend dat de kennis over Waalse nieuwsberichten, politiek en cultuur groter is dan de kennis over de Vlaamse tegenhangers. De literatuurstudie wijst erop dat de consumptie van media via radio, televisie of geschreven media leidt tot identificatie met of distantiëring van de besproken onderwerpen, personen en omgevingen. De consument zet zich al dan niet bewust uiteen met de media-inhoud en maakt – onder meer door vergelijking met andere kanalen – keuzes over de voorkeur. Hoewel de keuze van specifieke kanalen of programma's (bijvoorbeeld tussen reality-shows, nieuws, films enzovoort) op basis van deze persoonlijke identificatie of distantiëring en aan de hand van een persoonlijke voorkeur gebeurt. Echter kunnen de Duitstalige Belgen omwille van een onvoldoende Duitstalige Belgische aanbod in eerste instantie slechts in beperkte mate kiezen tussen Belgische en Duitse media. Hoewel deze keuze voor Duitse kanalen dus geen bewuste keuze is, impliceert de grote kennis over Duitse culturele of politieke feiten dat de Duitstalige Belgische consumenten voor een stuk de Duitse cultuur hebben aangenomen of – onder meer door de geschiedenis – nog steeds bezitten.

5.3.1. De rol van framing in de Duitse media op de identiteitsontwikkeling

De literatuurstudie laat duidelijk zien dat de media een grote invloed hebben op de perceptie van de mediaconsument en dat de presentatie van bepaalde onderwerpen de mening en uiteindelijk ook de identiteit van de consument mee vorm kan geven. Zelfs onuitgesproken maar suggestieve verwijzingen over emotionele kwesties, zoals sociaal onaanvaardbaar gedrag of schandalen, interpreteert de lezer en vult ontbrekende informatie aan met eigen kennis of logische redeneringen. Er moet echter wel rekening mee gehouden worden dat deze voorafgaande kennis en vooral een uitgesproken eigen mening de consument als het ware beschermen voor de invloed van media-framing. Hoewel het gedrag of de mening tijdelijk kunnen veranderen, heeft tijdelijke framing op langere termijn een kleinere of zelfs geen uitgesproken impact op de attitude van de consument. Herhaaldelijke confrontatie met eenzelfde frame kan de mening van de consument op termijn echter wel beïnvloeden, zodat de ontvanger de frame uiteindelijk als eigen mening aanvaardt.

Het Duitslandgerichte mediagebruik van de Duitstalige Belgen heeft als logisch gevolg dat de Duitstalige Belgen herhaaldelijk met dezelfde frames geconfronteerd worden. De analyse van drie verschillende persartikels uit het populairste Duitse geschreven kanaal (*Der Spiegel*) met betrekking tot gebeurtenissen in België wees uit dat de berichtgeving over België vrij afstandelijk is en steeds een verband legt met gebeurtenissen in Duitsland. Hoewel de artikels duidelijk een Duits perspectief weergeven en voor een Duits lezerspubliek geschreven zijn, en hoewel de

²¹² Niveau B2 (lezen): Ik kan artikelen en verslagen lezen die betrekking hebben op eigentijdse problemen, waarbij de schrijvers een bepaalde houding of standpunt innemen. Ik kan eigentijds literair proza begrijpen. Bron: http://www.erk.nl/docent/niveaubeschrijvingen/00002/juistevolgorde_lezen.pdf/ (29/05/2017)

²¹³ Niveau C1 (luisteren): Ik kan een langer betoog begrijpen, zelfs wanneer dit niet duidelijk gestructureerd is en wanneer relaties slechts impliciet zijn en niet expliciet worden aangegeven. Ik kan zonder al te veel inspanning tv-programma's en films begrijpen. Bron: http://www.erk.nl/docent/niveaubeschrijvingen/00001/juiste_volgorde_luisteren.pdf/ (29/05/2017)

literatuurstudie suggereert dat de houding van de Duitstalige Belgen door deze intensieve en herhaaldelijke blootstelling aan de 'Duitse'-frame vergelijkbaar zou moeten zijn met de houding van Duitse lezers, blijkt het experiment, dat in het kader van deze masterproef werd doorgevoerd, net het tegendeel daarvan aan te tonen. Ondanks een vergelijkbaar mediagebruik met de Duitse respondenten en hoewel de consumptie van Duitstalige Belgische media de blootstelling aan Duitse frames zelfs lijkt te versterken (zie 6.3.2), vertoonden de Duitstalige Belgen een over het algemeen betere houding ten opzichte van België en Molenbeek dan de Duitse referentiegroep. Deze bevindingen zouden te verklaren kunnen zijn door de bevindingen van Van Gorp (2004), die aantoonde dat een sterke mening en voorkennis het framing-effect verminderen. Uit de literatuurstudie en het experiment in het kader van dit onderzoek kunnen we dus concluderen dat de Duitstalige Belgen een dermate positieve houding hebben ten opzichte van hun thuisland, dat de Duitse 'ver-van-mijn-bed'-frame en negatieve verwijzingen bij de Duitstalige Belgen zeer weinig tot geen effect blijken te hebben.²¹⁴ Deze vaststelling is nog opvallender in vergelijking met de houding van de Franstalige en Nederlandstalige respondenten. De Duitstalige Belgen vertonen namelijk niet enkel ten opzichte van de Duitse respondenten, maar ook ten opzichte van de twee anderstalige Belgische respondentengroepen een significant positievere houding ten opzichte van België. Bij alle respondentengroepen blijkt de Duitse stimulus de grootste negatieve impact op de houding van de lezer te hebben, gevolgd door de Duitstalige Belgische stimulus (*GrenzEcho*).²¹⁵

5.3.2. De rol van de frame-, bron- en publicatiekeuze in Duitstalige Belgische media op de identiteitsontwikkeling

(a) Bronnen

Uit de analyse van de verschillende Duitstalige bronnen, *BRF*, *GrenzEcho* en *Ostbelgien Direkt*, blijkt dat de drie redacties voor een groot deel gebruik maken van Duitse bronnen zoals de persagentschappen *DPA* en *SED*, of van andere Duitse media (*Der Spiegel*, *BILD*, *Aachener Nachrichten* enzovoort). Tijdens de gesprekken met de verantwoordelijken van de drie Duitstalige Belgische bronnen gaven de geïnterviewden aan voornamelijk Duitse bronnen te gebruiken en deze met informatie uit Franstalige en Nederlandstalige Belgische bronnen aan te vullen. Hoewel de artikels gedeeltelijk aan een Belgisch lezerspubliek worden aangepast (zie (c)), versterkt het gebruik van Duitse in plaats van Belgische bronnen de blootstelling van de consumenten aan de Duitse media vermits de artikels in eerste instantie voor een Duits publiek geschreven zijn. De consumenten worden dus – mits kleinere aanpassingen – met teksten geconfronteerd, die vanuit een Duits perspectief geschreven zijn en die een Duits standpunt vertegenwoordigen. Uit het onderzoek naar het mediagebruik van de Duitstalige Belgen bleek dat de Duitse en de Duitstalige Belgische kanalen een voortrekkersrol genieten. Ervan uitgaande dat de Duitstalige Belgische kanalen voor een groot deel gevoed worden door Duitse bronnen, is de stelling aannemelijk dat de Duitstalige Belgische consumenten voornamelijk geconfronteerd worden met Duitse frames, dat wil zeggen een Duits perspectief en standpunt ten opzichte van de onderwerpen in kwestie.

(b) Regelmaat

Naast de bronkeuze achterhaalden het vergelijkende onderzoek en de interviews eveneens de regelmaat waarin Duits en Belgisch nieuws gepubliceerd wordt. Uit het onderzoek blijkt dat de focus ligt op nieuws dat een zo groot mogelijke relevantie vertoont voor het Duitstalige Belgische publiek. De redactie kiest dus niet bewust voor een Duitse of Belgische bron, maar veeleer voor de onderwerpen, die het publiek interesseren. Deze vaststelling suggereert dat de Duitstalige Belgen een redelijk gewogen nieuwsbeeld over Duitsland en België verkrijgen en dat voornamelijk de nieuwswaarde voor het publiek centraal staat, waardoor een directe link met de Duitstalige Gemeenschap ontstaat. Opvallend is echter wel dat de redacties voor zogenaamde 'vulartikelen'

²¹⁴ Vermits er in het kader van deze masterproef geen voor- en nametingen hebben kunnen plaatsvinden, is niet geweten in welke mate de houding precies veranderd is. Echter toont het experiment een duidelijk verschil tussen de houding van de Duitse en van de Duitstalige Belgische respondenten aan.

²¹⁵ Meer over de invloed van de Duitstalige Belgische media op de identiteitsontwikkeling in 6.3.2.

(artikels zonder echte nieuwswaarde, die gewoon dienen om gaten in de berichtgeving te vullen) over het algemeen Duitse bronnen kiezen. Vaak worden deze artikels, anders dan de hoofdartikels, niet meer of in mindere mate aan het publiek aangepast. Dat heeft naar eigen zeggen met snelheid en gemak te maken, vermits de redactie geen extra tijd in de vertaling van anderstalige Belgische artikels moet steken. Deze vaststelling leidt tot de conclusie dat leuke weetjes of interessante randverhalen steeds een Duitse insteek hebben, wat wederom de identificatie met Duitsland zou kunnen versterken.

(c) Framing

Zoals eerder toegelicht (a) gebruiken de Duitstalige Belgische media overwegend Duitse bronnen voor hun berichtgeving. Dat geldt vooral voor Duitse en internationale onderwerpen, maar vaak ook voor het Belgische nieuws. Dat houdt onder meer in dat ook een groot deel van de Duitse frames wordt overgenomen in de Duitstalige Belgische media. Hoewel de redactie aangeeft, de teksten aan het Duitstalige Belgische publiek aan te passen, blijkt er met de frames maar weinig rekening te worden gehouden. Het framing-experiment bevestigt deze vaststelling. De resultaten wezen namelijk uit dat de Duitstalige Belgische media een grotere negatieve impact ($M = 4,12$) op de houding van de Duitstalige Belgische respondenten had, dan de Nederlandstalige ($M = 4,57$) en de Franstalige ($M = 4,25$) Belgische media. Zoals te verwachten aan de hand van de gelijkenis van de teksten, heeft de framing in de Duitse media een vergelijkbaar negatieve ($M = 4,14$) op de houding van de consumenten als de Duitstalige Belgische media.

Zoals in de literatuurstudie toegelicht, gaat Seyranian (2014) ervan uit dat het gebruik van inclusief taalgebruik een verhoging van de algemene positieve houding teweegbrengt, wat een bevorderende invloed op de collectieve zelfwaardering van de ontvanger blijkt te hebben en uiteindelijk bijdraagt tot een positieve houding en toewijding ten opzichte van de zender (in dit geval de Duitstalige Belgische media) op lange termijn.²¹⁶ Deze vaststellingen kunnen worden toegepast op de relatie tussen de Duitstalige Belgische media en Duitstalige Belgische mediaconsument. De resultaten suggereren dat media vooral een impact op de identiteit van de groepsleden (lees: mediaconsumenten) hebben wanneer zij een *inclusive* en *positive social identity* taalgebruik hanteren. Uit de verschillende interviews bleek inderdaad dat de redacties proberen de teksten in zekere mate aan het Duitstalige Belgische publiek aan te passen en dusdanig het identificatievermogen te vergroten. De opvallend positieve houding en het grote identificatievermogen van de Duitstalige Belgen zou kunnen suggereren dat deze vorm van *framing* in de Duitstalige Belgische media inderdaad een invloed heeft op het identiteitsbesef van de Duitstalige Belgen.

6.3. Algemene conclusie en suggesties voor verder onderzoek

Na de diepgaande analyse van zowel de literatuur als de onderzoeksresultaten valt vooral de grote mate van identificatie van de Duitstalige Belgen met België als thuisland op. Zelfs na blootstelling aan verschillende meer of minder negatief geframede berichtgevingen over België blijft de mening van de Duitstalige Belgen bovengemiddeld goed ten opzichte van zowel de Duitse referentiegroep als ook de Nederlandstalige en Franstalige referentiegroepen (tabel 11). Deze vaststelling bevestigt het onderzoek van Van Gorp (2009) waaruit bleek dat een sterke voorafgaande mening – in dit geval een positieve houding ten opzichte van België – de invloed van de frame op de houding en identiteit beperkt. In dat opzicht is echter opvallend dat de Franstalige en Nederlandstalige Belgische respondenten minder positief oordeelden over België, wat dan weer suggereert dat de Duitstalige Belgen aan het cliché van een bijzonder groot patriottisme voldoen en dus een beduidend positievere houding ten opzichte van hun thuisland hebben, dan de anderstalige Belgen.

Ondanks deze positieve houding (tabel 11) en de grote mate van identificatie met België (tabel 15) valt door het onderzoek heen op dat de Duitse en de Duitstalige Belgische media de

²¹⁶ Seyranian (2014:483)

meest negatieve invloed op de houding van de Duitstalige Belgen hebben. Hoewel Van Gorp (2009) vaststelde dat een sterke voorafgaande mening – in dit geval een sterk patriottisme – de impact van de frame in zekere mate mindert, toonde hij eveneens aan dat herhaaldelijke blootstelling aan dezelfde frames – in dit geval via de Duitstalige Belgische en via de Duitse media – de houding en uiteindelijk de identiteit wel zouden kunnen beïnvloeden. Deze vaststelling suggereert dat de houding en het identificatievermogen van de Duitstalige Belgen ten opzichte van hun thuisland met verloop van tijd zou kunnen verwateren of zelfs volledig verschuiven. Zoals in de literatuurstudie toegelicht, stellen Lecheler en de Vreese (2011) vast dat een effect, dat twee weken na blootstelling aan de frame nog steeds meetbaar is, als blijvend beschouwd kan worden en dat framing in de media dus wel degelijk een *long-term effect* op de perceptie van de consument kan hebben.²¹⁷ Vermits het in het kader van deze masterproef niet mogelijk was om meerdere nametingen door te voeren, zou een herhaling van een gelijkaardig onderzoek met herhaaldelijke nametingen interessante bevindingen en tendensen kunnen achterhalen.

Een tweede interessante onderzoeksonderwerp zou het identificatievermogen van de jongere Duitstalige Belgen zijn. Deze respondentengroep komt immers niet enkel via de media nauw in contact met de Duitse bevolking en identiteit, maar ook door de vereenvoudigde grensovergang voor werk en studies. Als maar meer Duitstalige jonge afstuderenden van het middelbaar onderwijs kiezen ervoor om omwille van de taalbarrière niet in België maar wel in Duitsland verder te studeren. Deze ontwikkeling heeft wellicht onder meer te maken met de slechter wordende talenkennis van het Frans bij de Duitstalige jongeren²¹⁸ en anderzijds met de vereenvoudigde studiemogelijkheden in Duitsland en de gedeeltelijke erkenning van Duitse diploma's op de Belgische arbeidsmarkt. Het groeiende pendelpercentage van de Duitstalige Belgen, die in Duitsland werken, is wellicht onder meer een gevolg van deze ontwikkeling. Vermits deze Belgische studenten in Duitsland via hun studies en mogelijks ook woonst in zeer nauw contact komen met de Duitse identiteit, is het vermoeden groot dat deze jonge Duitstalige Belgen zich veeleer met de Duitse frames in de media kunnen identificeren en dat hun identiteit daardoor, zoals Schulz (2003) en Trepte (2004) suggereren, door de sterke Duitse invloed steeds meer zal verschuiven. Anneleen Vanden Boer toonde in 2011 aan dat het Belgische identiteitsgevoel bij jonge Duitstalige Belgen verzwakte naarmate de jongeren hoger hadden gestudeerd. Echter werd bij dat onderzoek geen rekening gehouden met de plaats van de studies. Onderzoek zou kunnen aantonen in welke mate er een identiteitsverschil is tussen de Belgische studenten in België en in Duitsland en of de keuze voor een studie in Duitsland zelf mogelijks ook al beïnvloed wordt door een Duits-getint identiteitsbesef.

Tot slot blijft ook het taalgebruik in de Duitstalige Gemeenschap een boeiend onderzoeksonderwerp. Uit de verkennende gesprekken in het kader van deze masterproef bleek dat een groot deel van de respondenten geen moeite heeft om in bepaalde situaties tijdens een gesprek van hun moedertaal Duits naar de tweede taal Frans over te gaan of zelfs bepaalde Franse uitdrukkingen of woorden binnen een Duitse zin te gebruiken. In het kader van verder onderzoek zou het interessant kunnen zijn om deze vorm van *Code Switching* te onderzoeken. Dergelijk onderzoek zou kunnen aantonen welke rol het Frans daadwerkelijk in het alledaagse leven van de Duitstalige Belgen speelt en in welke context de Duitstalige Belgen het Frans al dan niet inzetten in hun dagelijkse communicatie. Ook de reden voor het *switchen* tussen de talen zou een interessant aspect van verder onderzoek kunnen zijn. Een reden voor *Code Switching* zou bijvoorbeeld puur communicatief kunnen zijn, omdat een Franstalige gesprekspartner bijvoorbeeld onvoldoende Duits begrijpt om complexe zinnen of woorden te begrijpen. Dit zou getuigen van een grote

²¹⁷ Lecheler & de Vreese (2011:974-976)

²¹⁸ De regering van de Duitstalige Gemeenschap tracht een onderzoek te starten naar de talenkennis van de jonge Duitstalige Belgen omdat recente ontwikkelingen suggereren dat de kennis van het Frans als maar slechter wordt. (Gesprek met Michèle Pommé, adviseur van Harald Mollers, minister voor onderwijs en wetenschappelijk onderzoek op 7 juni 2017)

bereidheid tot aanpassing en tegemoetkoming. Een andere reden zou echter ook kunnen zijn dat de Duitstalige Belgen bepaalde Franse woorden in hun vaste woordenschat opgenomen hebben. Daarmee wordt niet het gebruik van zogenaamde belgicismen (*Camionette, Camion, Garagist, Frigo, Mazout* enzovoort) bedoeld, maar veeleer woorden, die door het dagelijkse taalcontact in het vocabulaire worden opgenomen: *die Session* [sɛsjɔ] (nl. de examenperiode, zittijd), *der QCM* [kyseɛm] (nl. de meerkeuzevragen), *die Fiche Technique* [fi] tɛknik] (nl. de technische beschrijving), *der Gérant* [ʒeRã] (nl. de zaakvoerder).

7. Bibliografie

7.3. Literatuurlijst

Born, J., & Dickgießer, S. (1989). *Deutschsprachige Minderheiten. Ein Überblick über den Stand der Forschung für 27 Länder*. Mannheim: Institut für deutsche Sprache.

Darquennes, J., & Nelde, P. (2006). German as a lingua franca. *Annual Review of Applied Linguistics*, (26). doi: 10.1017/S0267190506000043

Darquennes J. (2013). Deutsch als Muttersprache in Belgien: Forschungsstand und Forschungsperspektiven. In: K. Schneider-Wiejowski, B. Kellermeier-Rehbein & J. Haselhuber (Eds). *Vielfalt, Variation und Stellung der deutschen Sprache*. 349-368. Berlin: De Gruyter. Geraadpleegd via: https://www.academia.edu/8523893/Deutsch_als_Muttersprache_in_Belgien_-_Forschungsstand_und_Forschungsperspektiven (28/03/2017)

Dewulf J. (2009). "O liebes Land", "o Belgiens Erde": The Development of the German-Speaking Community in Belgium Reflected in the Light of the Flemish Struggle for Autonomy. *German Studies Review*, 32(1), 65-81.

Fischer, K. (mei 1999). Kleiner Geländekurs in die EUREGIO Maas-Rhein: Die Stellung und Rolle der deutschsprachigen Minderheit in Ostbelgien innerhalb des belgischen Nationalstaats. Geraadpleegd via <http://www.michael-waibel.de/kus/euregio/emr99-21.htm> (22/10/2016)

Jaspaert, K., Van de Velde, F., Brône, G., Feyaerts, K. & Geeraerts, D. (2011). Does framing work? An empirical study of Simplifying Models for sustainable food production. In: *Cognitive Linguistics*, vol.22(3), pp. 459-490. doi: 10.1515/COGL.2011.018

Jenniges, H. (2001). *Hinter ostbelgischen Kulissen: Stationen auf dem Weg zur Autonomie des deutschen Sprachgebiets in Belgien*. Eupen: Grenz-Echo Verlag.

Kellner, D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity, and Politics: Between the Modern and the Postmodern*. London: Routledge.

Kepplinger, H., Geiss, S., Siebert, S. (augustus 2012). Framing Scandals: Cognitive and Emotional Media Effects. In: *Journal of Communication*, vol.62(4), pp.659-681. doi:10.1111/j.1460-2466.2012.01653.x

Kokaisl, P. & Kokaislovà P. (2015). Belgian Germans of East-Belgians? *Journal of Social Research & Policy*, 6(1), pp. 32-43.

Lecheler, S. & de Vreese, C. (2011). Getting Real: The Duration of Framing Effects. In: *Journal of Communication*, vol. 61, pp. 959-983. Washington: International Communication Association. doi:10.1111/j.1460-2466.2011.01580.x

Lecours, A (2001). Political Institutions, Elites and Territorial Identity Formation in Belgium. In: *National Identities*, 3(1), pp. 51-68. doi: 10.1080/14608940020028493

- Mathiak, R. (1993). Die rechtliche Stellung der Minderheiten in Belgien. In: Frowein, J. A., Hofmann, R. & Oeter, S. (Eds.). *Das Minderheitenrecht europäischer Staaten*. Teil 1, pp. 1-61. Berlin/New York: Springer.
- Mikos, L., Hoffmann, D. & Winter, R. (2004). Medien – Identität – Identifikationen. In: Imort, P., Niesyto, H., Reinhard-Hauck, P. (Eds.). *Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik. Tagungsberichte und –hinweise*, vol. 5, pp. 5-6. Ludwigsburg: PH Ludwigsburg.
- Ministerium der DG (2015). Die DG in Zahlen. Geraadpleegd via <http://www.dgstat.be> (13/05/2017)
- Müllender, B. (7 juli 2005). Belgien. Schön ungeschminkt. In: *Zeit online*, vol. 28. Hamburg: Zeitverlag. Geraadpleegd via http://www.zeit.de/2005/28/Belgien_3 (04/05/2017)
- Müller, D. (2015). Die Mediennutzung der ethnischen Minderheiten. In: V. Geissler, R & Pöttker, H. (Eds.) *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Nelde, P., & Darquennes, J. (2002). German in Belgium: Linguistic Variation from a Contact Linguistic Point of View. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 23(1-2), pp. 65-79. doi: 10.1080/01434630208666455
- Parlament der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2016). *Die Deutschsprachige Gemeinschaft und ihr Parlament*. Eupen: Greffier.
- Parlament der Deutschsprachigen Gemeinschaft (2014). *De Duitstalige Gemeenschap en haar Parlement*. Eupen: Greffier.
- Rasinger, S.M. (2014). Linguistic landscapes in Southern Carinthia (Austria). *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 35(6), pp. 580-601. doi:10.1080/01434632.2014.889142
- Schelstraete, G. (2016). *Het taallandschap van de Duitstalige Gemeenschap in België, door de ogen van de lezer*. Masterscriptie KU Leuven.
- Seyranian, V. (2014). Social identity framing communication strategies for mobilizing social change. In: *The Leadership Quarterly. An International journal of Political, Social and Behavioral Science*, 25(3), pp. 468-486. Amsterdam: Elsevier.
- Tewkwbury en Scheufele (2009). News framing theory and research. In: Bryant, J.& Oliver, M. B. (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research*, pp. 17–33. New York, NY: Routledge.
- Trepte, S. (2004). Soziale Identität und Medienwahl: Eine binationale Studie zum Einfluss von Gender-Identität und nationaler Identität auf die Selektion unterhaltender Medieninhalte. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*, Vol.52(2), pp.230-250.
- Vanden Boer, A. (2011). Sprachkonfliktforschung in Sprachkontaktgebieten: *Die öffentliche Meinung zu Aspekten der Position der deutschsprachigen Belgier im belgischen föderalen System*. Doctorale dissertatie KU Leuven (Brussel).

- Van Gorp, B. (juni 2004). *Framing en het interpreteren van nieuws: Een experimenteel onderzoek naar de effecten van frames. Voorpublicatie uit proefschrift Politieke en Sociale Wetenschappen*. Antwerpen: Universiteit Antwerpen.
- Van Gorp, B. & van der Goot, M. (september 2009). *Duurzame landbouw: Een meer effectieve communicatie dankzij framing*. Epub Brussel: Koning Boudewijnstichting. Geraadpleegd via: <https://www.kbs-frb.be/nl/Virtual-Library/2009/295065>
- Van Istendael, G. (2001). *Het Belgisch labyrint (overschilderd natuurlijk)*. Amsterdam: Atlas.
- Van Zoonen, L. (2004). *Media, Cultuur & Burgerschap: een inleiding*. Antwerpen: Het Spinhuis.
- Verdoodt, A. (1979). Sprachsoziologischer Abriss der Lage der deutschsprachigen Belgier. In P. H. Nelde, (Ed.), *Deutsch als Muttersprache in Belgien: Forschungsberichte zur Gegenwartslage* (Vol. 5). (pp. 63-65). Wiesbaden: Steiner Franz Verlag.
- Verhiest, G. (2015) Die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens als visuelle Sprachlandschaft: Eupen und Sankt Vith im Vergleich. In: *Germanistische Mitteilungen* 41(2). Heidelberg: Universitätsverlag Winter.
- Wenselaers, S. (2008). Antwerpen: Meulenhoff/Manteau.
- Zöllner, O. (2016, maart 25). Die "letzten Belgier" sprechen Deutsch: Manifestation kollektiver Identität in den belgischen Ostkantonen - ein Forschungstagebuch. Geraadpleegd via <http://www.research-worldwide.de/belgium.html> (22/10/2016)

7.4. Lijst van geraadpleegde websites

Aachener Zeitung (16 juni 2014). Ostbelgien – Paasch wehrt sich gegen harsche Kritik.

Geraadpleegd via <http://www.aachener-zeitung.de/lokales/region/ostbelgien-paasch-wehrt-sich-gegen-harsche-kritik-1.849329#plx1544881092> (20/04/2017)

Duitstalige Gemeenschap: http://www.dglive.be/desktopdefault.aspx/tabid-1053/1532_read-45663/ (14/11/2016)

BRF, algemeen: <http://u.brf.be> (14/04/2017)

BRF, algemeen: <http://brf.be/regional/1003504/> (14/04/2017)

BRF, bedrijfsbeschrijving: <http://u.brf.be/> (14/04/2017)

BRF, bedrijfsgeschiedenis: <http://u.brf.be/profil/geschichte/> (14/04/2017)

BRF, locaties: <http://u.brf.be/organisation/standorte/> (14/04/2017)

BRF, jaarverslag: <http://u.brf.be/wp-content/uploads/sites/5/2015/05/BRF-Tätigkeitsbericht-2015.pdf> P. 8 (op 14/04/2017)

BRF1, facebookpagina: <https://www.facebook.com/brf1be> (14/04/2017)

BRF2, facebookpagina: <https://www.facebook.com/BRF2.Eupen> (14/04/2017)

BRF Nachrichten, facebookpagina: <https://www.facebook.com/BRFNachrichten> (14/04/2017)

BRF Nachrichten, twitterpagina: <https://twitter.com/brfnachrichten> (14/04/2017)

Grenzecho, Artikel 17 maart 2017: <http://www.grenzecho.net/meinung/kommentar/neue-standortmarke-ostbelgien-wohltuend-unpolitisch> (28/03/2017)

Grenzecho, bedrijfsgeschiedenis: <http://www.grenzecho.net/unternehmen/historie> (14/04/2017)

Grenzecho, facebookpagina: <https://www.facebook.com/GRENZECHO.net> (14/04/2017)

Grenzecho, producten: <http://www.grenzecho.net/unternehmen/produkte> (14/04/2017)

Grenzecho, Twitterpagina: <https://twitter.com/grenzechonet> (14/04/2017)

Ostbelgien Direkt, facebookpagina: <https://www.facebook.com/ostbelgiendirekt/?fref=ts> (14/04/2017)

Ostbelgien Direkt, LinkedIn-pagina: <https://www.linkedin.com/company-beta/2678461/?pathWildcard=2678461> (14/04/2017)

Ostbelgien Direkt, twitterpagina: <https://twitter.com/ostbeldirekt?lang=de> (14/04/2017)

Oost-België, nieuwe marketingstrategie: http://www.ostbelgien-neu-entdecken.be/desktopdefault.aspx/tabid-5145/8974_read-49510 (28/03/2017)

Oost-België, nieuwe marketingstrategie: http://www.ostbelgienlive.be/desktopdefault.aspx/tabid-84/186_read-448/ (15/04/2017)

Oost-België, medialandschap: http://www.ostbelgienmedien.be/DesktopDefault.aspx/tabid-4463/7907_read-44526/usetemplate-print/ (15/04/2017)

Radio Sunshine, luistercijfers: <http://radio-sunshine.info/senderdaten.html> (15/04/2017)

Radio 700, luistercijfers: <http://www.radio700.de/> (15/04/2017)

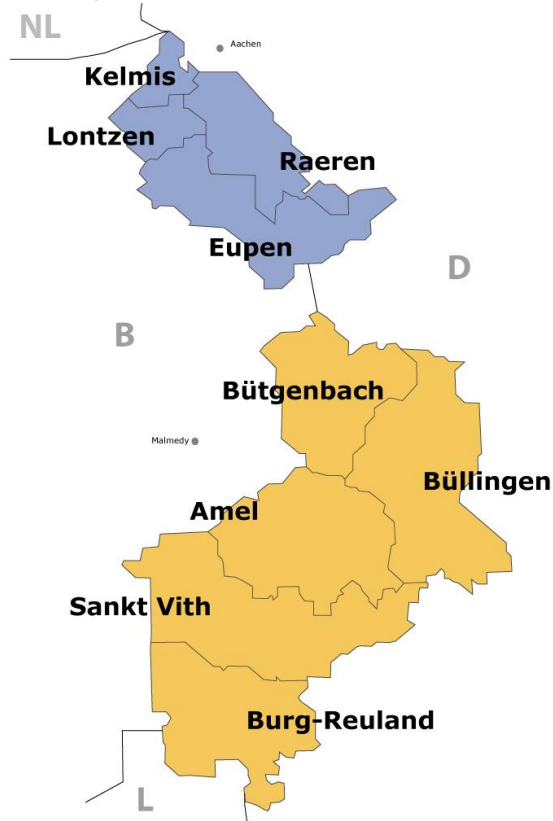
7.5. Andere bronnen

Forsa, Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen (oktober 2014). Die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens in der Einschätzung ihre Bürger, Ergebnisse einer Befragung für das Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens. Ter beschikking gesteld door Pascale Müllender, referent voor regionale ontwikkeling, Ministerie van de Duitstalige Gemeenschap via: <http://www.ostbelgienstatistik.be/home/themen/querschnittsthemen/demoskopische-befragung/Die-meisten-DG-Buerger-sind-zufrieden-und-blicken-positiv-in-die-Zukunft.aspx/usetemplate-print/>

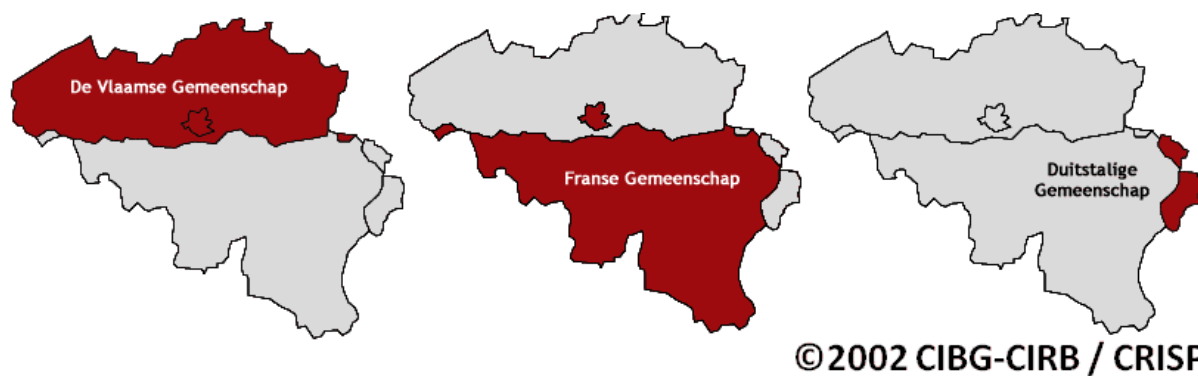
Forsa, Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analysen (april 2017). Persbericht: Der BRF im Urteil seiner Hörer, Ergebnisse der forsa-Umfrage 2017 in der Deutschsprachigen Gemeinschaft. Ter beschikking gesteld door Toni Wimmer, directeur *Belgischer Rundfunk*.

Europees Referentiekader voor vreemdetaal-beheersing. Kenmerken van de verschillende niveaus. http://www.erk.nl/docent/niveaubeschrijvingen/00002/juistevolgorde_lezen.pdf/
http://www.erk.nl/docent/niveaubeschrijvingen/00001/juiste_volgorde_luisteren.pdf/
(29/05/2017)

8. Bijlagen
8.3. Illustratiemateriaal
8.3.1. Figuren



Figuur 1: De negen gemeentes van de Duitstalige Gemeenschap. (besproken in hoofdstuk 2.1.1)
http://www.dgregierung.be/PortalData/27/Resources/z_Legislatur_2009-2014/Pressemitteilungen/Lambertz/dg-karte.JPG (13/11/2016)



Figuur 2: De drie Belgische gemeenschappen: Vlaams, Frans en Duitstalig. (besproken in hoofdstuk 2.1.2.1)

Bron: <http://www.observatbru.be/documents/contexte-bruxellois/competences/contexte-institutionnel.xml?lang=nl> (20/11/2016)



© 2002 CIBG-CIRB / CRISP

Figuur 3: De drie Belgische gewesten: Brussels-Hoofdstedelijk, Vlaams en Waals. (besproken in hoofdstuk 2.1.2.2)

Bron: <http://www.observatbru.be/documents/contexte-bruxellois/competences/contexte-institutionnel.xml?lang=nl> (20/11/2016)



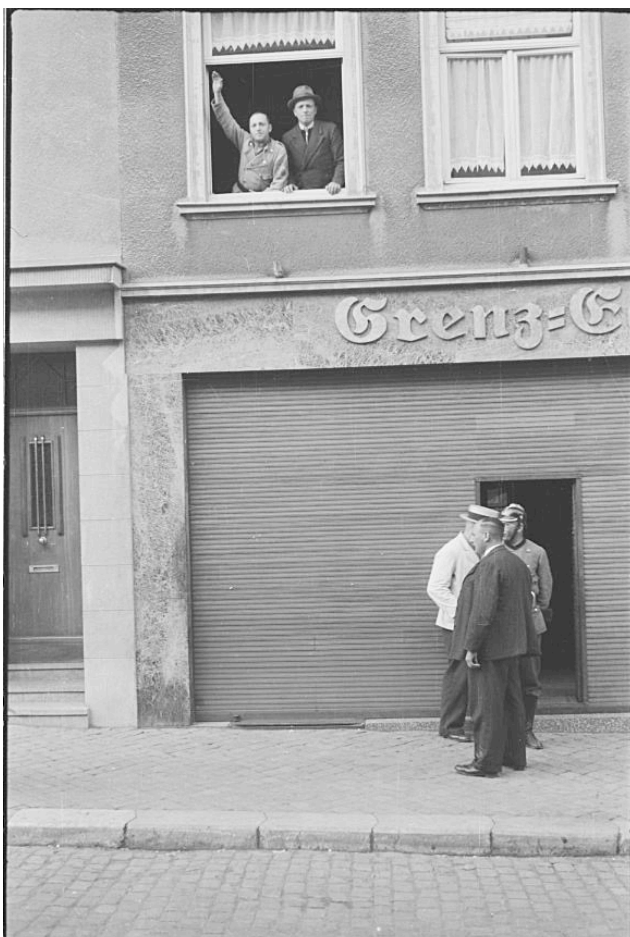
Figuur 4: “Frohe Mädels”, de vrouwelijke leden van de pro-Duitse jeugdbeweging, juichen de Duitse troepen aan het stadhuis toe wanneer ze op 10 mei 1940 in Eupen binnenvallen. Ze beschouwen hen als bevrijders van de Belgische onderdrukking. De pro-Belgische bevolking trekt zich terug en zwijgt uit angst voor het NS-regime. (besproken in hoofdstuk 2.1.5)

Bron: bestand Herbert Ruland, uit: Mennicken (2016:201)



Figuur 5: De pro-Duitse bevolking versiert het stadhuis in 1940 met een banner als dank aan Adolf Hitler voor de bevrijding van de Belgische onderdrukking met het opschrift: "Führer, wij danken u!" (vertaling: Désirée Radermacher) (besproken in hoofdstuk 2.1.5)

Bron: Staatsarchief Eupen; via <http://www.konejung-stiftung.de/Projekte2012.htm> (13/05/2017)



Figuur 6: De gesloten redactieruimtes van het GrenzEcho op de Marktplatz in Eupen. Het NS-regime van Adolf Hitler verbiedt alle pro-Belgische verenigingen en activiteiten. Ook de pro-Belgische krant GrenzEcho moet haar activiteiten stopzetten. De hoofdredacteur moet vluchten om de achtervolging door het NS-regime te ontlopen. (besproken in hoofdstuk 2.1.5)

Bron: SAE, bestand Lander; uit Mennicken (2016:203)



Figuur 7: Aan de gevel van het stadhuis van Eupen, waar de pro-Duitse bevolking enkele jaren tevoren een banner ter eer van Adolf Hitler plaatste (zie figuur 6), dankt de pro-Belgische bevolking nu de Amerikaanse troepen voor de bevrijding van de Duitsers op 11 september 1944 met een banner met het opschrift: “Dank aan de geallieerden onze bevrijders! Lang leve België! Lang leve de Koning! Lang leve de Regent!” (vertaling: Désirée Radermacher) (besproken in hoofdstuk 2.1.5)
Bron: bestand Philippe Breuer, <http://bunkertours.be> (12/05/2017)

Aufruf!

Durch Kgl. Verordnung vom 20. Juni 1945 soll nunmehr allen denjenigen Personen die belgische Staatsangehörigkeit aberkannt werden, die entweder in politischen Einrichtungen des Feindes eine **f ü h r e n d e** Funktion ausgeübt haben oder die als **a k t i v e** Propagandisten des Feindes tätig gewesen sind. In jeder von Deutschland annektiert oder auch nur teilweise unter deutscher Verwaltung gestellt gewesenen Gemeinde sind die Listen dieser Personen durch die Bürgermeister- und Schöffenkollegien aufzustellen, nachdem letzteres einen diesbezüglichen Beschluss gefasst hat. Diese Listen müssen u. a. **genaue Angaben der Funktionen** der zu Entnationalisierenden in den vom Feinde geschaffenen Einrichtungen resp. **genaue Auskünfte über ihre propagandistische Tätigkeit** zugunsten des Feindes unter Hinzufügung von **Namen und Adressen der Hauptzeugen** für diese Tätigkeit enthalten.

Infolgedessen rufe ich hiermit im Auftrage des Bürgermeister- und Schöffenkollegiums die gesamte Eupener Bevölkerung auf, uns tunlichst innerhalb von 10 Tagen mündlich oder schriftlich (Rathaus Zimmer 9) alle demnach für eine Entnationalisierung in Frage kommenden Personen unter Darlegung der erforderlichen Anhaltspunkte namhaft zu machen.

Niemand darf sich ausschliessen,

der über einen solchen Verräter an unserem Volkwohl etwas Authentisches auszusagen weiss, wenn er selbst künftig in Ruhe und Wohlstand leben will,

wie andererseits

niemand übergangen werden darf, der für den schlechten Ruf unserer Vaterstadt mitverantwortlich ist und auch für den weiteren ungestörten nationalen Aufbau immerhin noch eine gewisse Gefahr bedeuten könnte.

So hat die Bevölkerung selbst eine äusserst günstige Gelegenheit, **durch eine allseitige, offene und rückhaltlose Tat der Pflicht und der Ehre zu zeigen,**

dass sie als solche wirklich niemals etwas mit dem Nationalsozialismus und seinen Untaten gemein hatte,

dass sie nunmehr kategorisch auch von sich aus Schluss machen will mit jedweder prodeutscher Irredenta, indem sie alle diejenigen ein für allemal und schonungslos ausgeschaltet wissen will, die ihr bei der Lösung der belgisch-nationalen Aufgabe noch irgendwann und irgendwie hinderlich sein könnten, und

dass sie endlich auf diese Weise von sich aus die erforderliche Vertrauensbasis schaffen will für den schnellmöglichsten Aufbau einer besseren Zukunft.

Umsomehr dürfen wir dabei wohl auf einen vollen Erfolg dieses Aufrufes rechnen, der alsdann nicht zuletzt auch wiederum dazu beitragen wird, das Schicksal der sogenannten kleinen Mitläufer und Verführten wesentlich zu erleichtern.

E U P E N, den 3. Juli 1945.

Der Bürgermeister

ZIMMERMANN

Figuur 8: Na de oorlog roept burgemeester Zimmerman de bevolking op om alle Duitse collaborateurs binnen de 10 dagen aan te geven. Door hun pro-Duitse burens, vrienden of familieleden aan te geven moest de bevolking bewijzen zelf geen pro-Duitse en nationaalsocialistische bedoelingen te hebben. De pro-Duitsers trekken zich terug en proberen hun "ware" identiteit niet te laten blijken.(besproken in hoofdstuk 2.1.5)

Bron: Lejeune (C.), Die Säuberung. Band 1..., S. 152 – CEGES; Mennicken (2016:220)

Oproep!

Het Koninklijke besluit van 20 juni 1945 ontkenet eenieder van de Belgische nationaliteit die ofwel in politieke verenigingen van de vijand een l e i d e n d e positie bekleedden of als a c t i e v e propagandist van de vijand fungeerden. In iedere door Duitsland geannexeerde of ook maar deels onder leiding van het Duitse bestuur gestelde gemeentes zijn er lijsten van deze personen door het college van burgemeester en schepenen op te maken, nadat deze laatste een desbetreffend besluit heeft genomen. Deze lijst moet o.m. de precieze functiegegevens van de te ontnationaliserende in de door de vijand opgerichte instelling resp. de precieze informatie over de propagandistische activiteit ten voordele van de vijand in begeleiding van namen en adressen van de hoofdgetuigen voor deze activiteiten bevatten.

Daarom roep ik bij deze in de opdracht van het college van burgemeester en schepenen de volledige bevolking van Eupen dringend op binnen de 10 dagen mondeling of schriftelijk (stadhuis kamer 9) alle voor de ontnationalisering in aanmerking komende personen met bijvoeging van alle benodigde aanknopingspunten te benoemen.

Niemand mag zich onthouden,

die over een dergelijke verrader aan ons volkswelzijn iets authentieks weet te verklaren, wanneer hij zelf voortaan in rust en welvaart wil leven,

zoals anderzijds

niemand voorbij mag worden gegaan, die voor het slechte imago van ons vaderstad mee verantwoordelijk is en ook voor de verdere ongestoorde nationale opbouw nog een zeker gevaar zou kunnen betekenen.

Zo heeft de bevolking zelf een uiterst gunstige gelegenheid **door een alzijdige, open en volmondige daad van plicht en eer te tonen**

dat ze als dusdanig nooit iets met nationaalsocialisme en zijn misdaden gemeen heeft gehad,

dat ze voortaan categorisch ook vanzelf ieder pro-Duits irredentisme trachten stop te zetten, door een ieder eens en voor goed en scrupuleloos te willen uitschakelen die hen bij de oplossing van de Belgisch-nationale kwestie nog ooit en op eender welke manier hinderlijk zou kunnen zijn, en

dat ze op deze wijze eindelijk uit hun eigen de benodigde vertrouwensbasis willen schaffen voor de snelst mogelijke opbouw van een betere toekomst.

Des te meer mogen wij wel op een succes van deze oproep rekenen, die vervolgens wederom ertoe zal bijdragen dat het lot van de zogenaamde kleine meelopers en verleidden wezenlijk zal verzachten.

E U P E N, 3 juni 1945

De Burgemeester
ZIMMERMANN



Figuur 9 : Een jonge respondente (21) vertelt, steeds een Belgische vlag mee te nemen wanneer ze samen met vrienden naar festivals in België of in Duitsland reist. De reden hiervoor, zegt ze, is het feit dat ze niet als Duitsers willen worden geïdentificeerd omdat ze onderling Duits praten. (besproken in hoofdstuk 2.1.5)

Bron: privéfoto van de respondente, opgenomen tijdens het festival Hurricane 2013 (Duitsland).

8.3.2. Tabellen en grafieken

	ja spreken und verstehen %	ja, nicht spreken, aber verstehen %	nein *) %
insgesamt	60	29	11
Region:			
- Norden	44	39	17
- Süden	81	17	2
Männer	69	23	8
Frauen	52	35	13
18- bis 29-Jährige	41	34	25
30- bis 44-Jährige	58	34	8
45- bis 59-Jährige	63	30	7
60 Jahre und älter	76	20	4
Ortsgröße (Einwohner):			
- unter 1.000	77	20	3
- 1.000 bis unter 5.000	59	30	11
- 5.000 bis unter 10.000	49	35	16
- 10.000 und mehr	48	37	15
Subjektive Schichtzugehörigkeit:			
- untere Mittelschicht/Unterschicht	75	21	4
- mittlere Mittelschicht	62	28	10
- Oberschicht/obere Mittelschicht	52	34	14

Tabel 1: Kennis van het Platduits bij de Duitstalige Belgen. (besproken in hoofdstuk 2.1.4)
Bron: Forsa (2014:17).

*) an 100 Prozent fehlende Angaben = „weiß nicht“

	%	#	Franstalig	%	#	Nederlandstalig
Print/online	23,0	45	Le Soir	5,1	10	De Redactie*
	20,5	40	La Meuse	3,1	6	De Standaard
	10,3	20	La Libre	3,1	6	De Morgen
	6,2	12	L'Avenir	2,1	4	De Tijd
	4,6	9	L'Echo	2,1	4	Knack
	4,6	9	La Dernière Heure	1,5	3	Het laatste nieuws
	4,6	9	RTBF online	1,0	2	Gazet van Antwerpen
	4,1	8	Le Vif	0,5	1	Metro
	3,1	6	Le Jour	0,5	1	Het Nieuwsblad
	1,0	2	Metro	0,5	1	Nest
	1,0	2	Tendances			
	0,5	1	Sudpresse			
	0,5	1	Le Monde			
		164			38	
Televisie	5,6	11	RTL tvi	8,1	16	Eén
	5,6	11	RTL	2,6	5	Canvas
	4,6	9	La Une	1,5	3	Vijf
	3,1	6	Sporza	1,0	2	VTM
	2,1	4	Tf1	1,0	2	Vier
	2,1	4	La Deux	0,5	1	2BE
	1,5	3	Télévesdre	0,5	1	Vitaya
	0,5	1	Club RTL			
	0,5	1	La Trois			
	0,5	1	Arte			
		51			30	
Radio	11,3	22	Classic 21	15,4	30	Studio Brussel
	9,7	19	Radio Contact	2,1	4	MNM
	7,2	14	NRJ	1,5	3	Radio 1
	5,6	11	Vivacité	0,5	1	Qmusic
	2,6	5	Radio Première			
	2,1	4	Pure fm			
	1,5	3	7FM			
	1,0	2	Radio FUN			
		80			38	
	*(28,2)	(55)	(RTBF)	*(5,1)	(10)	(VRT)

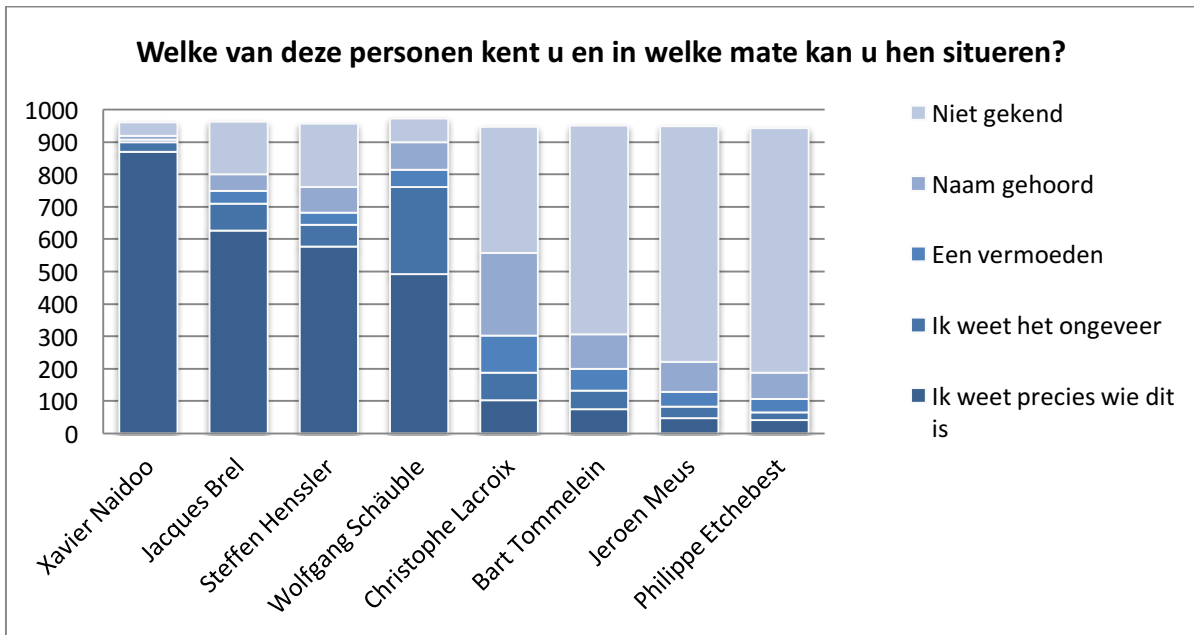
Totaal reacties: 195

* 28,2% en 5,1% van de respondenten geeft aan RTBF en VRT te consumeren zonder te preciseren welke radio- en/of televisieprogramma's ze precies gebruiken.
 * 13 respondenten gebruiken De Redactie min. één keer per week. 2 van deze respondenten gebruiken meer precies Flanderninfo.be.

Tabel 2: Lijst meest gebruikte Frans- en Nederlandstalige Belgische mediakanalen (besproken in hoofdstuk 4.1.2)

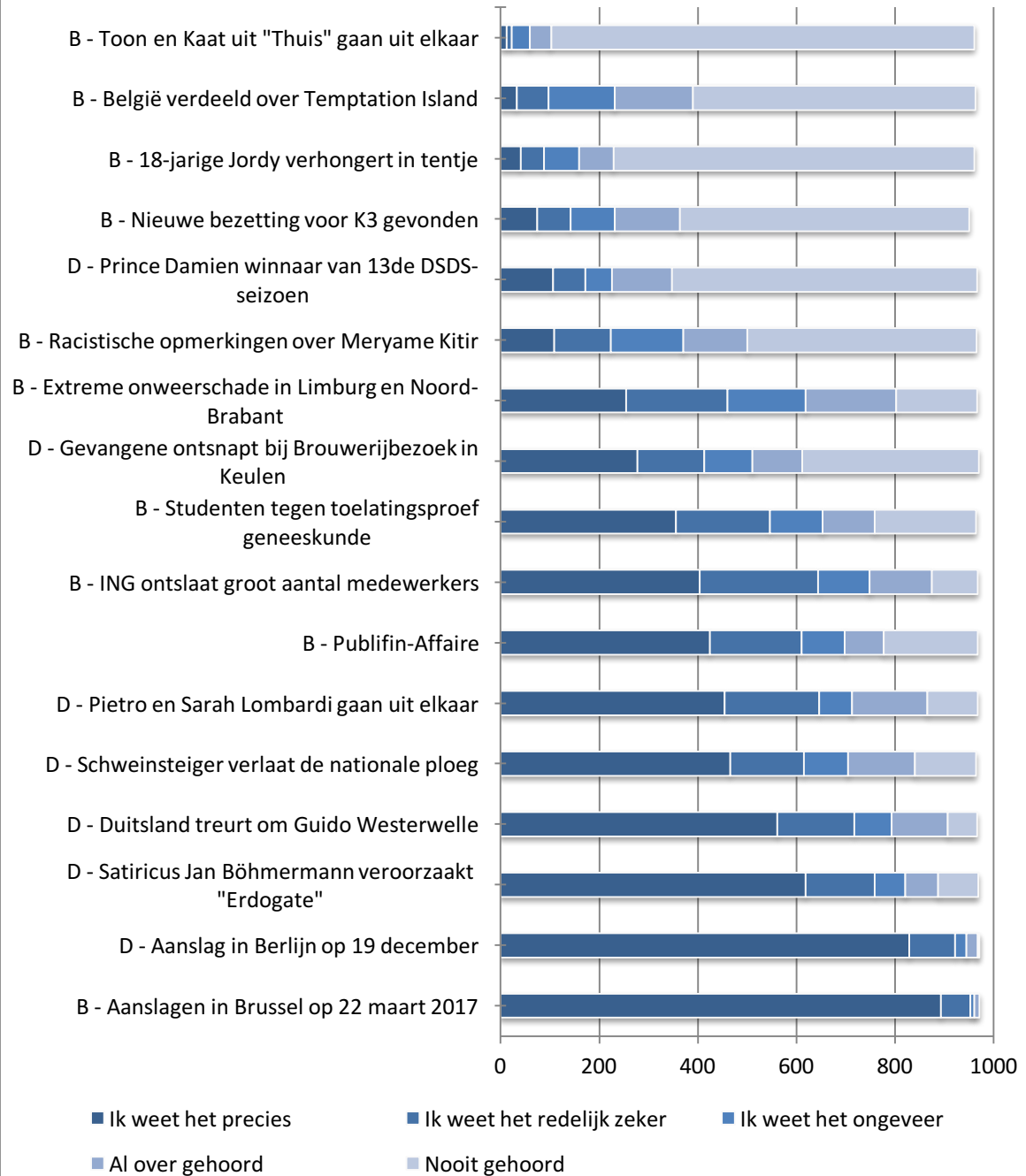
%	#	Print/Online	%	#		%	#
14,3	51	Der Spiegel	0,6	2	Le Monde Diplomatique	0,3	1 Elle
7,0	25	Bild	0,6	2	Phoenix	0,3	1 Gong
6,5	23	Die Welt	0,6	2	Heise.de	0,3	1 Eurosport
5,9	21	Die Zeit	0,6	2	Express	0,3	1 Cosmopolitan
4,2	15	Focus	0,6	2	Sportbild	0,3	1 Trierischer Volksfreund
3,7	12	FAZ	0,3	1	Sputnik	0,3	1 Brigitte
3,1	11	Süddeutsche Zeitung	0,3	1	NZZ	0,3	1 11 Freunde
3,1	11	Stern	0,3	1	Hamburger Morgenpost	0,3	1 Input-aktuell.de
2,5	9	Kicker	0,3	1	Volksfreund	0,3	1 Mactechnews.de
1,7	6	Aachener Nachrichten	0,3	1	Kölner Stadtanzeiger	0,3	1 Ruhrnachrichten
1,1	4	Handelsblatt	0,3	1	Junge Freiheit	0,3	1 rbb
1,1	4	TAZ	0,3	1	Stiftung Warentest	0,3	1 Der Volksfreund
1,1	4	Neon	0,3	1	Der Westen	0,3	1 Der Wächter
0,8	3	Aachener Zeitung	0,3	1	Geo Epoche		
%	#	Radio	%	#	Televisie	%	#
38,8	138	1live	45,8	163	Pro7	1,7	6 SWR3
15,7	56	100,5 (45+11)*	43,5	155	ZDF	1,7	6 Kika
4,8	17	WDR 2	42	150	ARD	1,1	4 Sport 1
2,5	9	WDR 5	38,2	136	RTL	0,6	2 Super RTL
1,1	4	RTL Radio	23,0	82	Sat1	0,6	2 3sat
0,6	2	Bayerischer Rundfunk	12,1	43	VOX	0,6	2 SWR1
0,6	2	Deutschlandfunk	7,3	26	Arte	0,3	1 Das Zweite
0,3	1	Radio Fritz	4,8	17	Sky	0,3	1 Das Dritte
0,3	1	WDR 4	4,2	15	N24	0,3	1 Disney Channel
0,3	1	Deutsche Welle	3,7	12	n-tv	0,3	1 NDR
0,3	1	Rock Antenne	2,8	10	SIXX	0,3	1 DSF
0,3	1	Antenne AC	2,8	10	Das Erste	0,3	1 Querdenken.tv
			2,5	9	SWR	0,3	1 Bewusst TV
			2,2	8	DMAX	0,3	1 Hessischer Rundfunk
			2,2	8	Kabel1	0,3	1 National Geographic
Totaal reacties: 356							

Tabel 3: Lijst meest gebruikte Duitse mediakanalen (besproken in hoofdstuk 4.1.3)



Grafiek 1: Kennis over Duitse en Belgische bekende personen met media-aandacht (besproken in hoofdstuk 4.3)

Over welke van deze gebeurtenissen in 2016 heeft u gehoord en hoe precies weet u waarover het gaat?



Grafiek 2: Kennis over gebeurtenissen in 2016 met media-aandacht (besproken in hoofdstuk 4.3)

Duitse stimulus	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8	U9	U10	U11	U12	U13	U14	U15
Totaal (M)	4,34	2,45	4,20	3,57	4,27	3,78	4,54	4,03	5,13	3,76	3,42	4,29	4,63	4,26	3,74
Duitstalige Belgen (M)	4,40	2,51	4,25	3,49	4,22	3,68	4,58	4,04	5,15	3,97	3,66	4,85	5,07	4,63	3,23
Franstalige Belgen (M)	4,54	2,38	4,00	3,62	4,46	4,00	4,38	3,77	4,54	4,00	3,54	4,77	4,62	4,46	3,62
Nederlandstalige Belgen (M)	3,00	1,94	3,88	4,38	4,13	4,38	4,75	3,94	5,38	3,50	3,75	4,56	5,13	3,50	4,63
Duitsers (M)	4,92	2,64	4,40	3,28	4,40	3,56	4,36	4,20	5,24	(3,20)*	(2,44)*	(2,28)*	(3,04)*	3,56	4,72

*Categorie 3 (identificatie met Molenbeek) en 4 (identificatie met België als thuisland) is niet van toepassing op de Duitse bevolking.

Tabel 5: Gemiddelde perceptie (M) per groep en vraag met Duitse stimuli (besproken in hoofdstuk 4.2.2)

Duitstalige Belgische stimulus	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8	U9	U10	U11	U12	U13	U14	U15
Totaal (M)	4,13	2,47	4,03	3,26	4,18	3,69	4,41	3,83	5,40	3,79	3,45	4,72	4,93	4,39	3,25
Duitstalige Belgen (M)	3,94	2,51	3,95	3,23	4,29	3,71	4,42	3,77	5,43	3,97	3,59	5,33	5,39	4,73	2,85
Franstalige Belgen (M)	4,71	3,14	3,29	4,14	4,00	4,14	5,00	3,71	5,00	4,71	4,14	4,86	4,71	4,29	3,43
Nederlandstalige Belgen (M)	4,50	2,08	4,67	3,42	4,08	3,75	4,33	4,25	5,33	3,75	3,42	4,58	4,83	4,08	3,75
Duitsers (M)	4,43	2,35	4,22	3,00	3,91	3,43	4,26	3,83	5,48	(2,91)*	(2,78)*	(2,65)*	(3,48)*	3,39	4,30

*Categorie 3 (identificatie met Molenbeek) en 4 (identificatie met België als thuisland) is niet van toepassing op de Duitse bevolking.

Tabel 7: Gemiddelde perceptie (M) per groep en vraag met Duitstalige Belgische stimuli (besproken in hoofdstuk 4.2.2)

Franstalige Belgische stimulus	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8	U9	U10	U11	U12	U13	U14	U15
Totaal (M)	4,72	2,58	4,42	3,80	4,39	3,78	4,45	4,10	5,32	3,88	3,52	4,72	4,93	4,41	3,00
Duitstalige Belgen (M)	4,21	2,24	4,24	3,52	4,18	3,94	4,58	3,91	5,42	3,94	3,94	5,45	5,64	4,82	2,91
Franstalige Belgen (M)	4,67	3,50	3,67	4,67	4,17	3,67	3,83	4,17	4,50	4,33	4,33	5,33	4,17	4,17	3,00
Nederlandstalige Belgen (M)	5,36	2,64	4,21	4,36	4,64	4,14	4,64	4,43	5,36	4,43	3,79	5,57	5,71	5,21	2,50
Duitsers (M)	5,25	2,88	5,25	3,56	4,69	3,19	4,25	4,19	5,38	(3,13)*	(2,13)*	(2,25)*	(3,06)*	2,94	3,63

*Categorie 3 (identificatie met Molenbeek) en 4 (identificatie met België als thuisland) is niet van toepassing op de Duitse bevolking.

Tabel 6: Gemiddelde perceptie (M) per groep en vraag met Franstalige Belgische stimuli (besproken in hoofdstuk 4.2.2)

Nederlandstalige Belgische stimulus	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8	U9	U10	U11	U12	U13	U14	U15
Totaal (M)	4,45	2,47	4,22	3,73	4,64	4,25	4,75	4,36	5,41	4,03	3,33	4,36	4,70	4,23	3,45
Duitstalige Belgen (M)	4,09	2,52	4,26	3,65	4,74	4,83	5,17	4,52	5,61	4,30	4,04	5,61	6,00	4,65	3,00
Franstalige Belgen (M)	4,20	2,50	3,60	3,80	3,90	4,10	4,90	3,90	5,20	4,30	3,50	4,80	5,00	3,90	3,70
Nederlandstalige Belgen (M)	4,90	2,15	4,40	3,90	4,70	4,00	4,40	4,25	5,35	3,70	2,90	3,90	4,00	4,65	3,00
Duitsers (M)	4,64	2,91	4,36	3,55	5,00	3,64	4,36	4,64	5,27	(3,82)*	(2,45)*	(2,18)*	(3,00)*	2,91	5,00

*Categorie 3 (identificatie met Molenbeek) en 4 (identificatie met België als thuisland) is niet van toepassing op de Duitse bevolking.

Tabel 8: Gemiddelde perceptie (M) per groep en vraag met Nederlandstalige Belgische stimuli (besproken in hoofdstuk 4.2.2)

8.4. Interviews

8.4.1. David Mennicken – De Oost-Belgische identiteit voor, tijdens en na WO I en WO II

David Mennicken is een Oostbelgisch historicus en auteur van het boek *Heimattreue Front 1939-1940 – Geschichte der “Heim-ins-Reich”-Bewegung in Eupen-Malmedy* (GEV – 2016). Mennicken onderzocht een tot nog toe vrij onbekend gedeelte van de Duits-Belgische grensgeschiedenis. De *Heimattreue Front* was een politieke organisatie die zich naar aanleiding van de annexatie van de Oostkantons bij België inzette voor de re-integratie van Eupen-Malmedy-St.Vith in het *Deutsche Reich*.²¹⁹ Een verkennend gesprek met Mennicken verduidelijkt het identiteitsconflict dat met de Belgische annexatie van Eupen-Malmedy bij de bevolking ontstond. Onderstaand transcript is een eigen vertaling van het interview op 7 april 2017. (besproken in hoofdstuk 2.1.5)

“Tijdens de Eerste Wereldoorlog behoorde de bevolking van Eupen-Malmedy nog bij Duitsland. Dat betekent dat de bevolking voor Duitsland vocht en Duitsland als thuisland zag. Na de Duitse Nederlaag werd er een referendum gehouden om te beslissen of het gebied Eupen-Malmedy aan België toegekend werd of niet. Er was wel een meerderheid voor een Belgische annexatie, maar eigenlijk was dit een gemanipuleerd resultaat. De ‘Nieuwe Belgen’ hadden op dat moment bijvoorbeeld nog helemaal geen stemrecht, de pro-Duitsers konden dus niet eens aan het referendum deelnemen.”

Dus was de bevolking van Eupen-Malmedy op dat moment eigenlijk nog pro-Duits?

“Nee, dat ook niet. Eigenlijk was het een vrij verdeeld beeld. De identiteit, de cultuur en de taal van de bevolking waren zonder enige twijfel Pruisisch. Maar een deel van de bevolking merkte al snel dat de economische toestand in België veel beter was dan in Duitsland – want Duitsland was immers net een grote oorlog verloren. Er was dus wel degelijk een pro-Belgisch bevolking, maar aanvankelijk ontstond die enkel omwille van het persoonlijke voordeel dat ze uit een Belgische staatsburgerschap konden halen.”

Hoe werd die kloof tussen pro-Belgisch en pro-Duits groter?

“In de jaren tussen de twee oorlogen was er geen sprake van integratie. Het was veel meer een assimilatie van de nieuwe Belgen. Ze moesten zich aan het leven in België aanpassen, alleen al wat het Frans betreft. Natuurlijk was niet iedereen het daarmee eens en zo ontstond er in tegenreactie op de zogenaamde ‘verfransingspolitiek’ een pro-Duitse beweging en zelfs politieke partijen, zoals de ‘Christelijke Volkspartij’ (CVP), de voorganger van de ‘Heimattreue Front’. Zij pleiten voor een herziening van het Verdrag van Versailles en hopen dat de annexatie van de Oostkantons ongedaan gemaakt wordt. Ze verdelen flyers en hangen affiches op om pro-Duitse boodschappen te verspreiden. Er zijn op dat moment ook enkel Duitse kranten waarin pro-Duitse propaganda verspreid wordt. In 1927 reageert de pro-Belgische bevolking daarop met de oprichting van het GrenzEcho, een krant voor pro-Belgische propaganda. Het GrenzEcho werd in feite door ‘Oud-Belgen’ opgericht, dus niet door de oorspronkelijk Duitse bevolking.”

Wat gebeurde er tijdens WOII?

“Toen Hitler in 1933 in het Duitse Rijk de macht overneemt, wordt de kloof tussen pro-Belgen en pro-Duitsers heel erg duidelijk. De ‘Heimattreue Front’ vervangt de CVP en vertoont veel gelijkenissen met de NSDAP, vooral door haar manier om volgers te werven. Er werden volksgroepen voor vrouwen, meisjes en jongens, maar ook sportverenigingen en dergelijke opgericht, die vergelijkbaar zijn met de groeperingen van de NSDAP. Op 10 mei 1940 valt Hitler België binnen. In de Oostkantons juichen veel mensen de troepen zelfs toe en vieren hen als ‘bevrijders’. Maar er is op dat moment ook al een groot deel van de bevolking dat zich met België identificeert en tégen een Duitse her-annexering, of ‘Heim-ins-Reich’-beweging als ze het noemen, zijn. Maar onder Hitler durfde en mocht deze pro-Belgische bevolkingsgroep niets zeggen. Ze

²¹⁹ Mennicken, D. (2016). *Die Heimattreue Fron 1936-1940. Geschichte der „Heim-ins-Reich“-Bewegung in Eupen-Malmedy*. Eupen: Förderverein des Archivwesens in der Deutschsprachigen Gemeinschaft GoE.

moesten zwijgen voor hun eigen veiligheid. Hitler voerde vanaf 1933 een zogenaamde 'Gleichschaltung' in alle veroverde gebieden door. Zijn bedoeling was dat de gehele bevolking, die sinds het Verdrag van Versailles versnipperd geraakt was, nu terug samengevoegd wordt en zich terug als eenheid begint te voelen. Politiek, samenleving en cultuur moesten overal volgens het NS-regime nageleefd worden – ook in de Oostkantons. Dat had als gevolg dat pro-Belgische verenigingen, het GrenzEcho enz. verboden werden. Wie de NS-ideologie niet naleefde, werd aangehouden of erger."

Er is dus een groot deel van de bevolking dat moet zwijgen?

"Inderdaad. Er zijn heel wat pro-Belgen die zich al Belgisch voelen en die dus ook blij zijn wanneer de Oostkantons na de oorlog terug aan België toegekend worden. En na de oorlog zijn er natuurlijk ook heel wat pro-Duitsers die zich moeten verstoppen of moeten vluchten. Met de her-annexering bij België wordt namelijk een klopjacht gehouden op Duitse collaborateurs. Plots gaf natuurlijk iedereen aan pro-Belgisch te zijn, gewoon om niet te worden achtervolgd door de Belgische rechtbank. Pro-Duitse gedachten werden vanaf dat moment als taboe-thema beschouwd. Als daarover gepraat werd, dan achter gesloten deuren. Openlijk was plots iedereen pro-Belgisch. Er werd opgeroepen om mensen met pro-Duitse of nationaalsocialistische gedachten aan te geven. Zelfs tussen burens, vrienden, familieleden,... De mensen probeerden op die manier natuurlijk ook zich zelf en hun families te beschermen en te bewijzen dat er geen link met Duitsland en het NS-regime is. Het zwijgen over pro-Duitse gevoelens of 'identiteit' heeft jaren geduurd. Dat er vandaag de dag voornamelijk naar Duitse voetbal wordt gekeken en mensen trouwe supporters zijn van Duitse voetbalploegen (veel meer dan Belgische) is al een grote stap. Maar wie met een trui van de nationale Duitse ploeg over straat loopt, wordt toch snel vreemd bekeken of zelfs uitgelachen."

8.4.2. Heinz Gensterblum – de werking van het GrenzEcho

Hein Gensterblum heeft vele jaren ervaring als journalist bij het GrenzEcho. Na vele jaren als lokale redacteur, enkele jaren als hoofdredacteur en ondertussen verantwoordelijke voor de sportredactie, kent hij het reilen en zeilen van het GrenzEcho en kan hij in het kader van dit onderzoek belangrijke informatie aanreiken.

Hoe bepaalt u in de redactie welke gebeurtenissen nieuwswaarde hebben voor uw publiek?

"Eigenlijk is het precies die vraag die we ons stellen: wat willen onze lezers lezen? We moeten klemtonen leggen en een gevoel ervoor krijgen waar het interesse van onze lezers ligt. Wij blijven daarom ook vrij dicht bij de bevolking. Wij organiseren regelmatig zogenaamde 'Lokalrunden'. Daarvoor gaan we echt naar de mensen in hun dorpen toe en dan luisteren we naar wat er leeft in de bevolking, waar zij meer informatie over willen krijgen. De constante uitwisseling met de Oost-Belgen is zeer belangrijk. Vroeger hadden we daarvoor een hotline, maar tegenwoordig gaat dat natuurlijk allemaal eenvoudig via e-mail. In principe zijn wij constant bereikbaar.

Onze redacteurs voor de regionale onderwerpen zijn daarom ook allemaal uit de streek, zij voelen precies aan wat er binnen de bevolking leeft. Regionale onderwerpen krijgen ook altijd de prioriteit. Of dan natuurlijk ook onderwerpen die een zekere invloed hebben op de DG. Dat is een heel bewuste keuze."

Wat als deze onderwerpen, die een invloed op de DG hebben, eigenlijk Duitse onderwerpen zijn?

"Duitse politiek proberen wij in principe bewust niet te prominent te maken. Tenzij natuurlijk dat het belangrijk is voor België, dan letten we er natuurlijk op dat we de onderwerpen 'eindeutschen' (nl. verduitsen). Bijvoorbeeld gaan wij de benamingen van specifieke plaatsen (tenzij dat het grote steden zijn) veranderen in 'Duitsland' algemeen. En omgekeerd, wanneer er gewoon België staat, gaan we daarvan de precieze plaats in België maken. Ook de Belgische termini moeten kloppen en dat is in de Duitse berichtgeving niet altijd 100% het geval. Vooral wat rechtszaken betreft zijn er grote verschillen in de terminologie."

Welke bronnen gebruikt de redactie?

“Dat hangt natuurlijk sterk af van het onderwerp in kwestie. DPA (Deutsche Presseagentur) is natuurlijk een heel belangrijke, in het bijzonder voor alles wat politiek betreft. Maar natuurlijk raadplegen wij vaak ook Belga. Voor alles wat de sportredactie betreft is SED ook een heel goede bron.

Over het algemeen is vooral de categorie ‘Aus aller Welt’ grotendeels gebaseerd op DPA-artikels. Alles wat Rusland betreft bijvoorbeeld... En dan proberen wij daar een Belgische draai aan te geven. Wanneer wij bijvoorbeeld over een politiek onderwerp berichten dat betrekking heeft op België, gaan wij wellicht een DPA-artikel gebruiken, dat artikel aanpassen aan onze lezers en indien mogelijk nog de stem van Reynders toevoegen, die we vaak bij Belga terugvinden.

Als we moeten kiezen tussen een Nederlandstalige en een Franstalige bron, kiezen velen voor Nederlands. Degenen die Frans kunnen, vertalen ook vaak de Franse teksten, maar velen vertalen liever uit het Nederlands. Dat is dan gewoon een persoonlijke keuze. Het Duitstalige aanbod van de VRT (Flanderninfol.be) is voor ons helaas niet actueel genoeg, daar maken wij dus eigenlijk nooit gebruik van.”

Het GrenzEcho publiceert een traditionele, geprinte krant, maar er is ook een website waarop ook andere artikelen verschijnen. Waar ligt het verschil?

“Print en online, dat is een heel verschil. Bij online is het bereik natuurlijk véél groter, maar in de traditionele krant kunnen we complexere onderwerpen bespreken omdat de mensen daarvoor de tijd nemen. Print vertraagt de nieuwsoverdracht een beetje en online versnelt hem net. Maar allebei hebben hun voordelen.”

Wanneer u het over ‘doelpubliek’ heeft, wie is dat precies?

“Ons doelpubliek zit uiteraard in het Oosten van België. Onze lezers zijn ook al ietsje ouder – rond de 62 ongeveer. Maar wij willen ook de Duitstalige bevolking in Brussel, zoals Zwitsers, Duitsers en Luxemburgers aanspreken.

Het is ook onze bedoeling om ook het jongere publiek terug te bereiken. Maar de jongere generatie is het gewoon om gratis een zo groot online-aanbod te kunnen raadplegen, dat wij tot op heden niet bereid zijn daarvoor te betalen. De media hebben hen al die jaren iets te veel verwend en nu gaan we hen moeten heropvoeden.”

Welke onderwerpen doen het goed bij de Duitstalige Belgen?

“Regionale onderwerpen doen het altijd goed, daarom krijgen deze onderwerpen ook de prioriteit. Maar voetbal doet het ook altijd goed. Daarbij letten we er dan op dat er een zeker evenwicht is tussen Duitse en Belgische voetbal. Uiteraard berichten wij iedere maandag over de Belgische matches, maar de Duitse voetbal interesseert de mensen hier in de streek – en dan vooral de jongeren – ook bijzonder. Wielrennen is daarentegen weer moeilijker. Daar proberen we wel in de mate van het mogelijke iets over te berichten, maar daar ligt de focus zeker niet op.”

Wat zijn de belangrijkste aandachtspunten in de berichtgeving?

“Dat zijn zeker snelheid, correctheid en relevantie, maar wat de geprinte krant betreft ook in zekere mate het volume – wij moeten immers vele pagina’s vullen. Zeker in de zomermaanden, wanneer het wat rustiger is, kan het wel eens gebeuren dat er ook een minder belangrijk artikel als vulmateriaal moet dienen. En deze vulartikelen komen dan wel meestal van DPA.”

Webmaster Christoph Wetzels stelde ons in het kader van deze masterproef een deel van de statistieken van het GrenzEcho-aanbod online en offline ter beschikking.

- 7.450 abonnees (gedrukt); waarvan 3.300 geregistreerd voor uitgebreid online-aanbod
- 460 abonnees voor uitgebreid online-aanbod
- 80% van website-bezoekers zijn niet geregistreerd voor het uitgebreide online-aanbod
- 4.400 unieke website-bezoekers per dag (= 1.606.000 per jaar)
- 45% bezoeken via een vaste computer of laptop
- 43% bezoeken via een mobiel toestel (GSM e.d.)
- 12% bezoeken via een tablet

- 28% van de bezoekers roepen de pagina op via een link op Facebook
18% van de bezoekers zijn directe bezoekers
34% van de bezoekers roepen de pagina op via een zoekmachine (Google, Bing, e.d.)
- Meest bezochte pagina's: geboorte- en overlijdensberichten, liveticker voor de voetbalmatchen van KAS Eupen en 'schandaal'-meldingen (vooral regionaal)

8.4.3. Olivier Krickel – de werking van de BRF

Olivier Krickel is de programmadirecteur van de BRF. In deze functie is hij verantwoordelijk voor de interne werkorganisatie en –verdeling, voor de ontwikkeling van concepten voor speciale uitzendingen of projecten. Bovendien is hij actief als journalist en nieuwsspreker.

Eerst en vooral: hoe wordt er bepaald welke onderwerpen in de nieuwsuitzendingen besproken worden?

„De prioriteit ligt natuurlijk bij de onderwerpen die relevant zijn voor de Duitstalige Gemeenschap. De redactie bestaat uit meerdere medewerkers en de grote onderwerpen worden over het algemeen eerst besproken. Wij vragen ons dan af of het onderwerp voor ons belangrijk is en indien ja, hoe we het gaan benaderen. Maar we hebben natuurlijk ook om het uur een korte nieuwsberichtgeving. Daar moet het uiteraard sneller gaan en dan bespreken we ook niet alles in detail.”

Zijn er bepaalde criteria waaraan een onderwerp moet voldoen?

„Ja, in principe zijn er bepaalde kenmerken: de relevantie voor ons doelpubliek, de nieuws- en amusementswaarde en de servicewaarde. In principe is dat vrij veelzijdig, maar regionaal nieuws krijgt toch de voorrang omdat dat natuurlijk ook nieuws is dat niet overal beschikbaar is. Nationaal nieuws is ook erg belangrijk, maar we liggen natuurlijk ook in een grensgebied en daarom moeten we daar ook rekening mee houden. Wanneer in Aken bijvoorbeeld de boetes voor verkeerd parkeren plots duurder worden, is dat voor de Duitstalige Belgen belangrijk, want die gaan daar vaak hun boodschappen doen. Wanneer buitenlands/Duits nieuws van belang is voor de DG berichten wij erover. Wat de Europese politiek betreft is dat natuurlijk een stuk moeilijker, want Duitsland is daar nu eenmaal een referentiepunt. Het belangrijkste is gewoon dat het relevant en interessant is voor ons doelpubliek.”

Welke bronnen gebruikt u over het algemeen voor de berichtgeving?

„Dat hangt altijd van het onderwerp af. Belga en VRT zijn zeer belangrijk (Flanderninfo niet). Met RTBF werken wij ook veel samen. En met VRT en RTBF is er zelfs een coöperatie voor het beeldmateriaal. Voor het regionale nieuws moeten wij natuurlijk vaak zelf onderzoek doen, interviews gaan voeren enzovoort.”

Worden er geen Duitse bronnen gebruikt?

„Jawel, dat gebeurt ook. Bijvoorbeeld wanneer het snel moet gaan en de Duitse pers eerder een bericht publiceert. Wij gebruiken dus ook geregeld DPA als bron. Maar we mogen nooit vergeten dat DPA voor een Duits publiek geschreven is en dus ook een Duits perspectief weerspiegelt. Dat zien we bijvoorbeeld alleen al aan de hand van de presentatie van staatshoofden: de bondskanselier wordt gewoon 'Merkel' genoemd, zonder enige uitleg, maar onze Premier Michel krijgt al meer uitleg omdat het Duitse publiek die over het algemeen nodig heeft.”

Hoe pakken jullie dat dan aan?

„Wij zorgen dat de berichten uiteindelijk uit een Oost-Belgisch perspectief worden weergegeven. We gaan de informatie, die specifiek voor een Duits doelpubliek gedacht is, extraheren en er een Belgische kijk of insteek aan geven. Maar natuurlijk is het altijd goed om ook te weten hoe de Duitsers over België berichten.”

Wat zijn voor jullie de belangrijkste aandachtspunten voor de berichtgeving?

„De drie belangrijkste zijn wellicht snelheid, betrouwbaarheid en 'Oost-Belgisch'-getint.”

Hoe beleven jullie die snelheid tegenwoordig?

“Door de sociale media is eigenlijk alles een beetje gaan veranderen. De manier waarop mensen media consumeren is niet meer dezelfde als vroeger. Vroeger moesten de mensen actief op zoek gaan naar informatie door naar het nieuws op de radio te luisteren, de krant te lezen of online iets op te zoeken. Maar nu hebben de mensen de gewoonte dat het nieuws naar hen toe komt. Via sociale media, zoals Facebook, wordt het nieuws naar hen gepusht in plaats van dat ze het zelf gaan zoeken. Wij zijn daarom ondertussen ook veel bezig met sociale media (Facebook en Twitter). Facebook is daarbij vooral een plaats waar wij onze eigen producties kunnen tonen en mensen naar onze website kunnen uitnodigen. We posten de films over onze bijdragen of reportages e.d. En natuurlijk is er ook hier een zeer regionale insteek. Social Media zullen uiteindelijk groeien tot het vierde medium naast TV, radio en internet, maar dat zal een resourceprobleem worden, want er moet specifieke inhoud voor de sociale media gecreëerd worden om het goed te doen.

8.4.4. Gerard Cremer – de werking van Ostbelgien Direkt

Gerard Cremer is de oprichter en hoofdredacteur van het webportaal *Ostbelgien Direkt*. In een semigestructureerd interview in het kader van deze masterproef lichtte hij de werkwijze van *Ostbelgien Direkt* toe en gaf hij meer informatie over onder meer de bronnen en de keuze van de onderwerpen waarover *Ostbelgien Direkt* bericht.

In welke mate merkt u of de Duitse media een invloed hebben op de mediaconsument?

*„De invloed van Duitse media is vandaag veel groter dan vroeger. Wij groeiden op natuurlijke wijze met het Frans op, alleen al omdat de bijvakken in het Frans werden gegeven. Daardoor konden wij natuurlijk ook makkelijker *Le Soir* lezen of RTBF kijken. Vandaag de dag is dat anders en dat zie ik alleen al op OD [*Ostbelgien Direkt*]. De lezers interesseren zich bijvoorbeeld amper voor verkiezingen in Frankrijk. De Duitse verkiezingen interesseren hen daarentegen enorm – en dat hoewel de Duitse verkiezingen veel minder brisant zijn dan de Franse. Ook in de voetbal valt het fel op: de Oost-Belgen kijken naar Duitse televisie en zijn daardoor supporters van Duitse voetbalploegen. Vroeger keek iedereen naar RTBF en daardoor waren we veel beter geïnformeerd over de Belgische voetbal.”*

Zou u dan ook zeggen dat de Duitse onderwerpen op uw pagina meer lezers aantrekken dan de Belgische?

“Eigenlijk niet. Met betrekking tot de verkiezingen e.d. misschien wel, maar een onderwerp dat het altijd goed doet zijn de Belgische topsporters. Wanneer ik daarover bericht – bijvoorbeeld onlangs een Belgische skiër, iets waar wij Belgen nu eens echt niét goed in zijn – schieten de paginaoproepen in de hoogte. De lezers zijn trots en identificeren zich met deze mensen. En je ziet dat eigenlijk ook bij de voetbal: hoewel de mensen het hele jaar door supporteren voor Bayern München, Schalke 04 enzovoort, dragen ze allemaal een trui van België wanneer de Rode Duivels spelen, daar speelt weer die sterke band met België en ook dat kan ik in de paginabezoeken zien.”

Als onlinemedium is het belangrijk om veel paginaoproepen te krijgen. Hoe kiest u dan over welke onderwerpen u schrijft om veel lezers aan te trekken?

“Eigenlijk ben ik als journalist niet alleen een schrijver, maar vooral ook een analist van informatie. Ik moet analyseren wat de mensen graag willen lezen en dat moet niet altijd héél belangrijk zijn, maar wel interessant en relevant voor de lezer. Als online-medium heb ik het voordeel om een keuze te maken uit onderwerpen – ik moet geen hele krant vullen. Ik heb daardoor minder berichten – een tweetal grotere en een vier-vijftal kortere artikelen – maar die berichten interesseren de lezer echt én zijn langer beschikbaar omdat ze niet iedere dag vervangen moeten worden als bij een krant. Ik kies daarom onderwerpen die óf heel belangrijk zijn voor mijn doelgroep, óf gewoon heel interessant maar misschien minder belangrijk. Ik merk bijvoorbeeld dat politiek de lezers echt niet interesseert – misschien ook omdat het momenteel ook gewoon moeilijk is politiek goéd over te brengen – maar als ik weet dat het hen niet interesseert, maak ik er ook niet té veel tijd voor vrij.

Sommigen beschouwen mijn medium misschien als boulevardblad of “Klatschpresse”²²⁰, maar dat wil niet zeggen dat het slechte journalistiek is.”

Welke bronnen gebruikt u voor uw berichtgeving?

“Dat hangt natuurlijk van het onderwerp af. Uiteraard spelen ook de andere Duitstalige Belgische media hierbij een rol. Wanneer ik bij hen [GrenzEcho en BRF] iets zie verschijnen, kan het gebeuren dat ik hen paraphraseer of citeer. Dat gebeurt bij hen zonder enige twijfel ook. Ook het online aanbod van de VRT (deredactie.be en flanderninfo.be) consulteer ik graag. Maar natuurlijk is ook het Duitse persagentschap DPA een heel belangrijke bron, net zoals de websites van andere Duitse media, zoals Aachener Nachrichten, Die Bild, WDR, Ard enz.”

Wanneer u over uw doelpubliek spreekt: wie is dat en wat is uw doel?

„Mijn publiek zit uiteraard voornamelijk in het Oosten van België. Maar ook uit Duitsland, Luxemburg en uit andere landen registreer ik regelmatig paginabezoeken. Dat kunnen natuurlijk ook mensen zijn die in het buitenland werken of wonen.

Mijn doel is het om nieuws over de Duitstalige Gemeenschap te brengen, maar ook nieuws dat interessant is voor de Oost-Belgen. Wanneer op de Duitse snelweg in Aken plots tol zou moeten worden betaald, dan is dat heel belangrijk voor de mensen in de Duitstalige Gemeenschap omdat velen onder hen in Aken boodschappen gaan doen en dan bericht ik daar natuurlijk over.”

8.5. Enquête

DEEL 1 – RESPONDENTENPROFIEL

Vraag 1: Tot welke leeftijdscategorie hoort u?

- 18-25
- 26-50
- >50

Vraag 2: Bent u....

- ... in de DG geboren en opgegroeid?
- ... als kind naar de DG verhuisd? (0-12)
- ... als jongere naar de DG verhuisd? (13-18)
- ... als volwassene naar de DG verhuisd (19-55)
- ... als oudere volwassene naar de DG verhuisd (> 55)

Vraag 3: Waar woont u?

- Noorden van de DG (Eupen, Kelmis, Lontzen, Raeren)
- Zuiden van de DG (Amel, Büllingen, Burg-Reuland, Bütgenbach, St. Vith)

Vraag 4: Wat is uw moedertaal? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Duits
- Frans
- Nederlands
- Andere

DEEL 2 – MEDIACONSUMPTIE

Vraag 5: Welke Duitstalige Belgische media consumeert u op zijn minst één keer per week? (meerdere antwoorden mogelijk)

- GrenzEcho (online/print)
- BRF Radio
- BRF TV
- Radio Contact
- Ostbelgien Direkt
- Belgieninfo
- Andere:

²²⁰ NI. roddelblad (vertaling: Désirée Radermacher)

Vraag 6: Welke anderstalige Belgische media consumeert u op zijn minst één keer per week? (preciseer)

- Ik consumeer géén anderstalige Belgische media regelmatig
- Nederlandstalige kranten/magazines (online/print)
- Nederlandstalige radiozenders
- Nederlandstalige Tv-zenders
- Franstalige kranten/magazines (online/print)
- Franstalige radiozenders
- Franstalige Tv-zenders
- Preciseer:

Vraag 7: Welke Duitse media consumeert u op zijn minst één keer per week? (preciseer)

- Ik consumeer géén Duitse media regelmatig
- Duitse kranten/magazines (online/print)
- Duitse radiozenders
- Duitse Tv-zenders
- Preciseer:

Vraag 8: Consumeert u andere buitenlandse media regelmatig? Indien ja, welke?

- Antwoord:

DEEL 3 – CULTUUR EN SAMENLEVING

Vraag 9: Welke van deze beroemde personen kent u en hoe goed kan u hen situeren?

	Helemaal niet gekend	Ik heb de naam al gehoord	Ik heb een vermoeden	Ik weet het ongeveer	Ik weet precies wie dit is
Wolfgang Schäuble	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeroen Meus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clouseau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Philippe Etchebest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Xavier Naidoo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Christophe Lacroix	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Steffen Hensler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bart Tommelein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vraag 10: Welke van onderstaande tradities en gewoontes zijn of waren in het verleden relevant voor u persoonlijk? (meerdere antwoorden mogelijk)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Carnavalsstoet | <input type="radio"/> Adventskalender |
| <input type="radio"/> Sint Maarten (11 november) | <input type="radio"/> Paasklokken |
| <input type="radio"/> "Schültüten" | <input type="radio"/> Paashaas |
| <input type="radio"/> Ganskloppen | <input type="radio"/> Chrysostomus |
| <input type="radio"/> Paasbron | <input type="radio"/> De mei zetten |
| <input type="radio"/> Meiklokjes | <input type="radio"/> Duivensport/Duivenmelken |
| <input type="radio"/> Meizingen | <input type="radio"/> Gansrijden |
| <input type="radio"/> Nieuwjaarsbrieven | <input type="radio"/> Marjorettenkorps |

- Nieuwjaarsduik
- Poëziealbum

- Zuurkooleten op 1 januari

Vraag 11: Over welke van deze gebeurtenissen in 2016 heeft u in de media gehoord en hoe precies weet u waar het over gaat?

	Nooit gehoord	Al eens gehoord	Ik heb een vermoeden	Ik weet het ongeveer	Ik weet het precies
Nieuwe bezetting voor K3 gevonden	0	0	0	0	0
Publifin-affaire	0	0	0	0	0
ING ontslaan talrijke medewerkers	0	0	0	0	0
Pietro en Sarah Lombardi gaan scheiden	0	0	0	0	0
Aanslagen in Brussel op 22 maart 2016	0	0	0	0	0
Aanslag in Berlijn op 19 december	0	0	0	0	0
België niet eens over Temptation Island	0	0	0	0	0
Satiricus Jan Böhmermann veroorzaakt "Erdogate"	0	0	0	0	0
Rassistische opmerkingen over Meryame Kitir tijdens parlamentszitting	0	0	0	0	0
Gevangene ontsnapt tijdens brouwerijbezoek in Keulen	0	0	0	0	0
Prince Damien is winnaar van 13^{de} editie van DSDS	0	0	0	0	0
18-jarige Jordy verhongert in tentje	0	0	0	0	0
Bastian Schweinsteiger verlaat nationale ploeg	0	0	0	0	0
Toon en Kaat uit „Thuis“ uit elkaar	0	0	0	0	0
Duitsland treurt om Guido Westerwelle	0	0	0	0	0
Extreme waterschade in Limburg en Noord-Brabant	0	0	0	0	0
Studenten niet te spreken over toelatingsproef voor studies geneeskunde	0	0	0	0	0

8.6. Methodologie

Significantietoetsen voor het verschil tussen twee proporties:

De nulhypothese, H_0 , stelt dat er geen verschil is tussen de proporties van beide groepen van de populatie, m.a.w.:

$$H_0: p_1 = p_2$$

Waarbij:

H_0 = de nulhypothese

p_1 = De proportie van de steekproef die aan een bepaalde voorwaarde voldoet

p_2 = De proportie van de steekproef die aan een andere voorwaarde voldoet

De alternatieve hypothese, H_a , stelt dat er wel degelijk een verschil is tussen beide groepen van de populatie, m.a.w.:

$$H_a: p_1 \neq p_2$$

Waarbij:

H_a =De alternatieve hypothese

p_1 =De proportie van de steekproef die aan een bepaalde voorwaarde voldoet en die door de alternatieve hypothese bewezen wordt.

p_2 = De proportie van de steekproef die aan een andere voorwaarde voldoet en die door de alternatieve hypothese bewezen wordt.

Significantietoetsen voor het verschil tussen twee gemiddelden van onafhankelijk genomen steekproeven:

De nulhypothese, H_0 , stelt dat er geen verschil is tussen de gemiddelden van beide groepen van de populatie:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

Waarbij:

H_0 = de nulhypothese

μ_1 =gemiddelde van de steekproef die aan een bepaalde voorwaarde voldoet.

μ_2 = gemiddelde van de steekproef die aan een andere voorwaarde voldoet.

De alternatieve hypothese, H_a , stelt dat er wel degelijk een verschil is tussen beide groepen van de populatie.

$$H_a: \mu_1 \neq \mu_2$$

H_a = de alternatieve hypothese

μ_1 =Het gemiddelde van de steekproef die aan een bepaalde voorwaarde voldoet en die door de alternatieve hypothese bewezen wordt.

μ_2 =Het gemiddelde van de steekproef die aan een andere voorwaarde voldoet en die door de alternatieve hypothese bewezen wordt.

8.7. Persartikels kwalitatief vergelijkend experiment

Onderstaande persartikels dienden als onderzoeksmateriaal voor het kwalitatief vergelijkend onderzoek. De resultaten worden besproken in hoofdstuk 4.2.1.

Kleurcode:

Identificatie met land/stad	Mate van betrokkenheid	Verantwoordelijkheid (opnemen)	Positieve/negatieve connotatie	Bron
-----------------------------	------------------------	--------------------------------	--------------------------------	------

8.7.1. Salpeterzuurlek in Zevekote (West-Vlaanderen)

(a) Duitse frame: *Der Spiegel*

Bron: <http://www.spiegel.de/panorama/chemie-unfall-zwei-belgische-doerfer-evakuiert-a-1141477.html> (13/05/2017)

Chemie-Unfall

Behörden evakuieren zwei belgische Dörfer

Aus einer Düngemittelfabrik in Belgien sind Salpetersäure-Dämpfe ausgetreten. Die Bewohner zweier Dörfer wurden evakuiert, weil die Chemikalie Entzündungen und Verätzungen auslösen kann.

Samstag, 01.04.2017 13:14 Uhr

(foto) Salpetersäure-Leck in einem Düngemittelunternehmen in Zevekote, Gistel (Belgien)

Wegen eines Lecks in einem Düngemittelunternehmen haben die Bewohner zweier belgischer Dörfer die Nacht zum Samstag in Notunterkünften verbringen müssen. Nach Angaben der zuständigen Behörden trat in dem Betrieb in der flämischen Gemeinde Gistel aus noch ungeklärter Ursache Salpetersäure aus. Durch das Verdampfen der Chemikalie entstand dann eine gelborange-farbene Gaswolke. Die Behörden entschieden, die Dörfer Zevekote und Sint-Pieters-Kapelle vorsichtshalber zu evakuieren.

Erst am Samstagvormittag wurde mitgeteilt, dass die Bewohner nach einer Kontrolle wieder in ihre Wohnungen zurückkehren können. Sie kamen nach den ersten Erkenntnissen mit dem Schrecken davon. Lediglich ein Polizist war kurzzeitig in medizinischer Behandlung, hieß es.

Ob Obst, Gemüse und Fleisch aus dem betroffenen Gebiet weiterhin bedenkenlos verzehrt werden können, war zunächst unklar. Die zuständigen Behörden wollten landwirtschaftliche Produkte erst nach Tests wieder freigeben. Die betroffene Gemeinde Gistel liegt rund 20 Kilometer südwestlich von Brügge.

Salpetersäure wirkt stark ätzend auf Haut, Augen und Schleimhäute. Dämpfe können beim Einatmen unter anderem zu Bronchitis und Lungenentzündung führen und die Lungenbläschen verätzen. Das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) hat 2013 eine Stellungnahme zu salpetersäurehaltigen Reinigungsmitteln verfasst, weil es wiederholt zu mitunter schweren Gesundheitsschäden durch Putzmittel gekommen war.

Wie viel Salpetersäure bei dem Unfall austrat, teilten die Behörde zunächst nicht mit. Der betroffene Tank hatte den Angaben zufolge allerdings ein Fassungsvermögen von 25.000 Litern. Er soll zu rund 60 Prozent gefüllt gewesen sein.

hei/dpa

(b) Belgische frame: *Le Soir & De Redactie*

Le Soir

Bron : <http://www.lesoir.be/1472917/article/actualite/belgique/2017-03-31/nuage-toxique-zevekote-4-policiers-blesses-video> (13/05/2017)

Nuage toxique à Zevekote: 4 policiers blessés (vidéo)

Belga

Mis en ligne samedi 1 avril 2017, 0h22

La situation est sous-contrôle à Zevekote et Sint-Pieters-Kapelle : les deux villages évacués.

Des nuages d'acide nitrique se sont formés à la suite d'une fuite survenue dans **une entreprise de traitement de fumier à Bazelaar**. Selon le centre de crise de Flandre-Occidentale, **la situation est désormais sous contrôle**. **Les habitants de Zevekote et Sint-Pieters-Kapelle** ne peuvent toutefois pas encore retourner dans leur maison.

Les circonstances dans lesquelles est survenue la fuite n'ont **pas encore été établies**. Une grande quantité d'acide nitrique s'est en tout cas échappée. **Quatre policiers font l'objet de soins** après avoir été irrités aux yeux.

Une évacuation de masse

Les 570 habitants de Zevekote ont été accueillis dans un centre culturel. L'entité de **Sint-Pieters-Kapelle, dans la commune de Middelkerke, a** aussi dû être évacuée. Les 11.000 habitants de Gistel ont été **invités à garder portes et fenêtres fermées**. **Le même conseil est adressé aux automobilistes qui empruntent la E40 à proximité de la commune.**

Le centre de crise communique que les personnes évacuées ne peuvent pas encore rejoindre leur domicile tant que **toutes les mesures de sécurité** n'ont pas encore été prises.

De Redactie

Bron: <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/regio/westvlaanderen/1.2938609> (13/05/2017)

Salpeterzuurlek in Zevekote onder controle

vr 31/03/2017 - 18:40 Update: vr 31/03/2017 - 22:58

Bart Boterman, Dominique Fiers, Hanne Decré

In Zevekote bij Gistel is de situatie na het zwaar salpeterzuurlek in een mestverwerkend bedrijf onder controle. Dat heeft provinciegouverneur Carl Decaluwé laten weten aan VRT Nieuws. In totaal hebben een duizendtal inwoners hun woning moeten verlaten, want behalve Zevekote is ook buurgemeente Sint-Pieters-Kapelle geëvacueerd. Inwoners mogen pas terug naar huis nadat de metingen afgerond zijn en alles veilig is. Wie vragen heeft of informatie wil, kan terecht op het noodnummer 1771.

Provinciegouverneur Carl Decaluwé heeft laten weten dat de situatie **onder controle** is. "Men is nog aan het overpompen, maar hopelijk is dat over een klein uurtje afgelopen. Dan gaat men het residu met water behandelen om het **probleem aan de bron onder controle te krijgen** zodat er geen uitstoot meer is."

Volgens Decaluwé zijn er ook voortdurend **metingen aan de gang**. Hij benadrukt wel dat er niemand naar huis kan gaan voor **alle metingen gedaan zijn en wanneer alles veilig is**. "De woningen worden allemaal gecontroleerd, voedselagentschap FAVV en VMM zullen de **metingen voor waterkwaliteit, gewassen en melkvee op zich nemen**."

"Intussen zijn de meeste mensen uit het opvangcentrum vertrokken naar familie of vrienden om daar de nacht door te brengen. Voor een drietal mensen zorgden wij zelf voor overnachting. Op het ogenblik dat

de situatie veilig is, zullen een 30-tal politieagenten patrouilleren om de veiligheid van de woningen te verzekeren." Wie vragen heeft of informatie wil, kan terecht op het noodnummer 1771.

Grote, gele, giftige wolk

Het zuur, afkomstig uit een mestverwerkend bedrijf in de Bazelaar, vormde een grote gele en giftige wolk en verspreidde zich aanvankelijk in de richting van Zevekote en de hoofdgemeente Gistel. Het provinciaal rampenplan werd afgekondigd.

De wolk ontsnapte door een scheur uit een tank met salpeterzuur. De tank met een volume van 25.000 liter was voor iets meer dan de helft gevuld met het goedje. Rond het bedrijf werd meteen een veiligheidszone van een kilometer ingesteld. Alle 560 inwoners van Zevekote moesten hun woning verplicht verlaten. Ze kregen tijdelijk opvang in het cultureel centrum Zomerloos in Gistel of bij familie.

(foto)

Veldbedden in het cultureel centrum

Burgemeester Bart Halewyck (CD&V) sprak in "Het Journaal" van 19 uur nog de hoop uit dat alle dorpsbewoners vanavond weer naar hun huizen zouden kunnen terugkeren. Maar dat blijkt intussen ijdele hoop te zijn. In het cultureel centrum was men rond 22 uur vanavond bezig met het opzetten van veldbedden voor de geëvacueerden die er de nacht zullen moeten doorbrengen.

Intussen hebben ook de 11.000 inwoners van Gistel en de bestuurders op de nabijgelegen autosnelweg A10 de raad gekregen om ramen en deuren gesloten te houden en de airco in hun wagen uit te schakelen. De autosnelweg werd eerder vanavond ter hoogte van Leffinge ook korte tijd afgesloten.

Lastig om lek te dichten

Meteen na de melding iets voor 18 uur vanavond kwamen de brandweerkorpsen van Gistel, Oostende, Middelkerke en Leke ter plaatse. De brandweer probeerde de wolk te doen neerslaan door er water overheen te sproeien, terwijl de Civiele Bescherming in het bedrijf zelf probeerde om het lek te dichten, maar dat bleek moeilijker dan gedacht. Rond 23 uur vanavond kwam het bericht binnen dat het lek dan toch gedicht was.

Omdat de zuurwolk in de richting van de Middelkerkse deelgemeente Sint-Pieters-Kapelle dreef, werden ook de naar schatting 300 inwoners daar geëvacueerd.

(foto)

Vier agenten kregen last aan de ogen

Salpeterzuur of waterstofnitraat is uiterst giftig en veroorzaakt irritaties aan de ogen en brandwonden bij contact met de huid. Het kan in extreme gevallen ook dodelijk zijn. Voorlopig is er geen melding van gewonden. Volgens de Gistelse burgemeester kregen een viertal hulpverleners wel last van geïrriteerde luchtwegen omdat ze geen maskers bij zich hadden. Ze hoefden echter niet naar het ziekenhuis gebracht te worden en kregen ter plekke in een mobiele post zuurstof toegediend.

Omdat de zuurwolk op een bepaald moment ook het tijdelijke crisiscentrum bedreigde, werd dat naar Brugge overgeplaatst. Provinciegouverneur Carl Decaluwé coördineert en volgt er de gebeurtenissen op de voet.

Inwoners van de getroffen gemeenten kunnen voor meer informatie terecht op de website van hun gemeente of op het noodnummer 1771.

(foto en video)

(c) Duitstalig Belgische frame: *GrenzEcho*, *BRF* & *Ostbelgien Direkt*

Grenzecho

Bron: <http://www.grenzecho.net/politik/belgien/giftgaswolke-ueber-westflandern-behoerden-evakuieren-zwei-doerfer> (13/05/2017)

Giftgaswolke über Westflandern – Behörden evakuieren zwei Dörfer
CHEMIEUNFALL

April 2017

Eine gigantische gelb-rötliche Rauchwolke hat am Freitag die Bewohner von Zevekote (Provinz Westflandern) und der Umgebung in Atem gehalten. Rund tausend Menschen mussten evakuiert werden.

(foto) Bei einem Düngemittelhersteller in Zevekote in Westflandern ist am Freitag eine größere Menge Salpetersäure ausgelaufen. Eine enorme Giftwolke bildete sich über der Ortschaft. | Foto: belga

Wegen eines Lecks in einem Düngemittelunternehmen haben die Bewohner zweier Dörfer die Nacht zum Samstag in Notunterkünften verbringen müssen. Nach Angaben der zuständigen Behörden trat in dem Betrieb in der Gemeinde Gistel (Provinz Westflandern) aus noch ungeklärter Ursache Salpetersäure aus. Durch das Verdampfen der Chemikalie entstand dann eine gelborange-farbene Giftgaswolke. Die Behörden entschieden, die Dörfer Zevekote und Sint-Pieters-Kapelle vorsichtshalber zu evakuieren. Erst am Samstagvormittag wurde mitgeteilt, dass die Bewohner nach einer Kontrolle wieder in ihre Wohnungen zurückkehren können. Sie kamen nach den ersten Erkenntnissen mit dem Schrecken davon. Lediglich ein Polizist war kurzzeitig in medizinischer Behandlung, hieß es.

Ob Obst, Gemüse und Fleisch aus dem betroffenen Gebiet weiterhin bedenkenlos verzehrt werden können, war zunächst unklar. Die zuständigen Behörden wollten landwirtschaftliche Produkte erst nach Tests wieder freigeben.

Salpetersäure wirkt stark ätzend auf Haut, Augen und Schleimhäute. Dämpfe können beim Einatmen unter anderem zu Bronchitis und Lungenentzündung führen und die Lungenbläschen verätzen. Wie viel Salpetersäure bei dem Unfall auslief, teilten die Behörde zunächst nicht mit. Der betroffene Tank hatte den Angaben zufolge allerdings ein Fassungsvermögen von 25.000 Litern. Er soll zu rund 60 gefüllt gewesen sein.

(belga/dpa)

BRF

Bron: <http://brf.be/national/1075470/> (13/05/2017)

Nach Chemieunfall: Bewohner kehren in ihre Häuser zurück

1.4.2017 - 12:20 Aktualisiert am: 1.4.2017 - 15:00

Nach dem Chemieunfall mit Salpetersäure können die Einwohner der westflämischen Dörfer Sint-Pieters-Kapelle und Zevekote wieder in ihre Häuser zurückkehren.

Das wurde den Anwohnern am Vormittag auf einer Versammlung mitgeteilt. Mehr als 600 Bewohner hatten die Nacht in Notunterkünften verbracht.

In Zevekote, einer Teilgemeinde von Gistel in Westflandern war am Freitag bei einem Düngemittelhersteller aus einem Tank Salpetersäure ausgelaufen.

Etwa 1.000 Einwohner aus Zevekote und Sint-Pieters-Kapelle mussten ihre Häuser verlassen. Über der Region stand eine enorme gelbe Giftgaswolke. Der leckgeschlagene Tank konnte inzwischen leergespült werden. Auch die Landesagentur für Lebensmittelsicherheit (AFSCA) hat inzwischen Entwarnung gegeben. Sie hat aber dazu geraten, Obst und Gemüse vor dem Verzehr gründlich abzuspülen.

vt/belga/sh - Bild: Nicolas Materlinck (belga)

Ostbelgien Direkt

(geen berichtgeving over dit onderwerp)

8.7.2. UNESCO erkent Belgische biercultuur als immaterieel cultureel werelderfgoed (a) Duitse frame: *Der Spiegel*

Bron: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/unesco-belgische-bierkultur-wird-weltkulturerbe-a-1123861.html> (14/05/2017)

Unesco

Belgische Bierkultur wird Weltkulturerbe

Im Alltag und bei Festen: Bier hat in Belgien Tradition und spielt eine große Rolle. Die Unesco hat die belgische Bierkultur deshalb zum Weltkulturerbe erklärt. Auch eine deutsche Idee wurde in die Liste aufgenommen.

Donnerstag, 01.12.2016 10:04 Uhr

Die Vielfalt der 1500 Biersorten und die lebendige Braukultur haben die Unesco dazu bewogen, die belgische Bierkultur zum Weltkulturerbe zu erklären. Die Herstellung und Wertschätzung des Bieres gehörten in Belgien zum lebendigen Erbe vieler Gemeinschaften, erklärte die Uno-Kulturorganisation im äthiopischen Addis Abeba. Das Getränk spiele im Alltag wie bei Festen eine große Rolle und werde auch zur Herstellung von Lebensmitteln verwendet.

Auch die kubanische Rumba steht künftig auf der Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit. Die Unesco hob hervor, sie sei nicht nur ein Tanz, sondern auch mit einem besonderen Musikstil, mit Gesang und Gesten verbunden. Sie sei "Symbol einer marginalisierten Gesellschaft" und habe von Armenvierteln aus ganz Kuba erobert.

Die Unesco würdigte auch das traditionelle Neujahrsfest, das in Ländern wie Iran, Afghanistan und Indien oder in kurdischen Regionen begangen wird. Es hebe sich durch seine traditionellen Speisen und Rituale hervor. In Deutschland ist es vor allem unter dem Namen Newroz oder Nouruz bekannt. Es wird auch als Frühlingsfest bezeichnet, da es am 20. oder 21. März gefeiert wird.

Als erster deutscher Beitrag wurde die Genossenschaftsidee in das Weltkulturerbe aufgenommen. Maria Böhmer (CDU), die Staatsministerin im Auswärtigen Amt, erklärte hierzu, Genossenschaften leisteten einen "Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung beispielsweise durch Armutsreduzierung über lokale Beschäftigung und soziale Integration".

Das Unesco-Komitee entscheidet noch bis zum 2. Dezember über Kandidaturen für die Liste des Weltkulturerbes. Dazu zählen Feste, Tänze, Gesänge, Handwerkstechniken oder Essenstraditionen. Dem Unesco-Übereinkommen zur Erhaltung des immateriellen Kulturerbes sind 171 Staaten beigetreten. Deutschland ist Vertragsstaat seit 2013.

kry/AFP

(b) Belgische frame: *Le Soir & De Redactie*

Le Soir

Bron : <http://www.lesoir.be/1380307/article/actualite/belgique/2016-11-30/culture-biere-belge-inscrite-au-patrimoine-l-unesco> (14/05/2017)

La culture de la bière belge inscrite au patrimoine de l'Unesco

Jean-Luc Bodeux

Mis en ligne mercredi 30 novembre 2016, 11h53

Cette reconnaissance va (re)donner une visibilité majeure à la Belgique brassicole, si vivante mais aussi si sujette à la concurrence.

(foto) © Reuter

Voilà une nouvelle que les brasseurs belges, leur fédération représentative et les quatre Région (Bruxelles) et Communautés (flamande et Wallonie-Bruxelles et germanophone) attendaient depuis des années. En réunion à Addis-Abeba ce mercredi matin, l'Unesco a décidé que la culture de la bière en Belgique méritait de figurer sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité. Une décision qui ravit les ministres Isabelle Weyckmans, Sven Gatz, Alda Greoli et Rudi Vervoort.

A lire sur Le Soir+ «La bière n'est plus un seul produit commercial, c'est aussi une culture»

A l'heure où le monde brassicole est en pleine évolution et en pleine effervescence aux 4 coins du monde, cette reconnaissance va (re)donner une visibilité majeure à la Belgique brassicole, si vivante mais aussi si sujette à la concurrence.

Par cette décision, l'Unesco reconnaît que la diversité de l'art brassicole belge est inégalée à travers le monde et qu'elle fait partie intégrante de notre quotidien et de notre culture.

De Redactie

Bron : <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/binnenland/1.2831936> (14/05/2017)

Belgische biercultuur is cultureel erfgoed

Bierkenners wisten het natuurlijk al langer, maar nu erkent ook de Unesco de culturele identiteit en diversiteit van de Belgische biercultuur. De biercultuur wordt hiermee het 11e Belgische item op de lijst van immaterieel erfgoed, na o.m. het carnaval in Binche en Aalst, en het garnaalvissen te paard in Oostduinkerke.

(foto)

Het Belgische dossier werd vanmorgen, na een lange en grondige evaluatie van de aanvraag, goedgekeurd tijdens een congres van de VN-organisatie in de Ethiopische hoofdstad Addis Abeba. De verschillende regionale ministers voor Cultuur in ons land, die samen met de biersector mee aan de kar

trokken om de erkenning in de wacht te slepen, reageren **bijzonder verheugd** op de erkenning door de Unesco.

"Dit is een **belangrijke morele opsteker** voor de biercultuur in **ons land** en een **beloning** voor de inzet van al wie zich inzet om deze rijke cultuur levendig te houden", klinkt het in een gezamenlijke persmededeling.

Gewikt en gewogen

De Unesco ging bij de erkenning niet over één nacht ijs. **De Duitstalige gemeenschap diende** al in april 2014, **met de steun van de andere gemeenschappen, de brouwersorganisaties, bierproeversverenigingen, gespecialiseerde ngo's en opleidingsinstituten** een dossier in om de biercultuur te laten erkennen als immaterieel erfgoed.

(foto)

Het **Belgische dossier** kon **enkele belangrijke troeven voorleggen** de maatregelen ter bescherming van de biercultuur, de promotie ervan én de oprichting van een observatorium dat de diversiteit van het bierbrouwen en de waardering ervan in België opvolgt.

Maar de VN-organisatie waardeerde ook "de aandacht die in België wordt besteed aan het bestrijden van overmatig alcoholgebruik".

Vlaams minister van Cultuur Sven Gatz, in een vorig leven zelf nog voorzitter van de Belgische Brouwers en zytholoog, is uitermate fier met de erkenning. "We houden **van ons bier** en waarderen de oneindige diversiteit ervan, die nergens ter wereld wordt geëvenaard. In België hoeft bier in kwaliteit en diversiteit niet onder te doen voor wijn of andere dranken."

"Belgische bieren verbinden Vlamingen, Walen en Brusselaars"

Ook de federatie van de Belgische Brouwers is uiteraard in de wolven met de erkenning. "Belgisch bier, de brouwerijen en de biercultuur in België zijn zo intens verweven met de samenleving dat het ook onlosmakelijk deel is geworden van de Belgische identiteit. Belgische bieren verbinden Vlamingen, Walen en Brusselaars in een gemeenschappelijke eigenheid", zegt **Jean-Louis Van de Perre, Voorzitter Belgische Brouwers**.

(foto)

"Unesco heeft die unieke connectie tussen bier en België nu ook officieel erkend als Immaterieel Cultureel Erfgoed. De biercultuur in België is levendiger dan ooit, dankzij de creativiteit van de brouwers, de keuze aan ingrediënten en de brouwmethodes."

Belgische lijst is weer een stukje langer

Door de erkenning vandaag wordt de biercultuur het elfde onderdeel op de Belgische lijst van immaterieel erfgoed. De andere (en hun jaar van erkenning) vindt u hieronder:

- **Garnaalvisserij te paard in Oostduinkerke (2013)**
- **Historische marsen Entre-Sambre-et-Meuse (2012)**
- **Jaartallenleven van Leuven (2011)**
- **Carnaval van Aalst (2010)**
- **Krakelingenfeest en Tonnekensbrand in Geraardsbergen (2010)**
- **Houtem Jaarmarkt in Sint-Lievens-Houtem (2010)**
- **de Valkerij (2010-2012)**
- **de Heilig Bloedprocessie in Brugge (2009)**
- **Carnaval van Binche (2008)**
- **Reuzen- en drakenprocessies in België en Frankrijk, met in ons land Ath, Brussel, Dendermonde, Mechelen en Bergen**

(c) **Duitstalig Belgische frame: GrenzEcho, BRF & Ostbelgien Direkt**

GrenzEcho

Bron: <http://www.grenzecho.net/region/inland/bierkultur-in-belgien-ist-weltkulturerbe> (14/05/2017)

UNESCO 30. November 2016

Bierkultur in Belgien ist Weltkulturerbe

Die Unesco hat am Mittwochmorgen in Addis Abeba (Äthiopien) beschlossen, dass die Bierkultur in Belgien einen Platz auf der repräsentativen Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit verdient.

(foto)

Die einzigartige Vielfalt der Braukunst und die Intensität der zum belgischen Alltag gehörenden und mit belgischen Festen untrennbar verbundenen Bierkultur führen dazu, dass diese Bierkultur zur Identität und zum kulturellen Erbe des ganzen Landes gehört.

Die Kulturminister der Deutschsprachigen, Französischen und Flämischen Gemeinschaft, Isabelle Weykmans, Alda Greoli und Sven Gatz, sowie der für immaterielles Kulturerbe zuständige Ministerpräsident der Region Brüssel-Hauptstadt, Rudi Vervoort, freuen sich über diese guten Nachrichten der Unesco.

Laut der 2003 verabschiedeten Unesco-Konvention zum Erhalt des immateriellen Kulturerbes umfasst das immaterielle Kulturerbe alle Traditionen, Bräuche, Gewohnheiten und Handwerkstechniken, die wir heute pflegen und die wir von einer Generation an die nächste weitergeben möchten. Sie sind Ausdruck einer kulturellen Identität und Vielfalt.

Die Deutschsprachige Gemeinschaft hatte im Namen Belgiens bei der Unesco den diesbezüglichen Antrag gestellt. Dies geschah mit der Unterstützung von Brauereiverbänden, Biertestervereinigungen, Bierförderern und in diesem Bereich spezialisierten Nichtregierungsorganisationen und Ausbildungseinrichtungen. Die Prüfung des Antrags, der ein strenges Bewertungsverfahren durchlaufen musste, dauerte anderthalb Jahre.

Die Bierkultur wird im ganzen Land gelebt. In jeder Provinz gibt es Brauereien, Biertestervereinigungen, Museen, Kurse und Seminare, Veranstaltungen, Feste, Restaurants und Kneipen, die zur Kreativität und Vielfalt der belgischen Bierlandschaft beitragen. Viele Brauereipraktiken haben einen regionalen Ursprung. So sind Lambic-Biere, die sich durch eine spontane Gärung auszeichnen, schon immer in Brüssel und im Pajottenland gebraut worden. Saisonbiere findet man vor allem in der Wallonie, „Oud Bruin“-Biere hauptsächlich in Westflandern, während mit Bier gewaschener Käse in Abteien wie Chimay entstanden ist. Außerdem unterscheiden sich die Geschmacksmuster je nach Region deutlich voneinander.

„In unseren Nachbarländern wird ebenfalls Bier produziert. Doch sind es die einzigartige Vielfalt der Braukunst und die Intensität der zum belgischen Alltag gehörenden und mit belgischen Festen untrennbar verbundenen Bierkultur, die letztlich dazu führen, dass diese Bierkultur zur Identität und zum kulturellen Erbe des ganzen Landes gehört“, heißt es in einer gemeinsamen Pressemitteilung der zuständigen Regionalminister.

Beim Bewertungsausschuss der Unesco fielen vor allem die Maßnahmen zum Schutz der Bierkultur, darunter die Konzipierung und Organisation professioneller Schulungen, die Förderung der Bierkultur

und die Einrichtung eines Observatoriums als Beobachtungsstelle für die Bierkultur, ihre Vielfalt und Wertschätzung in Belgien, ins Gewicht. Die Unesco würdigte auch, dass der Bekämpfung von Alkoholmissbrauch viel Aufmerksamkeit geschenkt wird und dass mit angemessenen Maßnahmen auf eine ständig im Wandel begriffene Gesellschaft eingegangen wird, wodurch die Erhaltung der Bierkultur auf lange Sicht gewährleistet ist.

„Die Anerkennung durch die Unesco bedeutet einen wichtigen moralischen Rückenwind für die Bierkultur in unserem Land und eine Belohnung für all diejenigen, die sich in Flandern, der Wallonie, Brüssel und in der Deutschsprachigen Gemeinschaft dafür einsetzen, dass diese reiche Bierkultur lebendig bleibt“, heißt es weiter in der Mitteilung.

Isabelle Weykmans (PFF), Vize-Ministerpräsidentin der Deutschsprachigen Gemeinschaft und Ministerin für Kultur, Beschäftigung und Tourismus: „Die Anerkennung durch die Unesco ist die Krönung der Arbeit zahlreicher Bierbrauer, Bierliebhaber, Bierförderer und Zythologen, die unserer Bierkultur zu einem Status verholfen haben, der sie erhaltenswert macht. Diese Anerkennung wird der belgischen Bierkultur noch mehr Glanz und Ausstrahlung verleihen. Ich freue mich ganz besonders, dass die Deutschsprachige Gemeinschaft als kleinste Gemeinschaft des Landes einen so wichtigen Beitrag zur Anerkennung einer Kultur leisten konnte, die Teil unserer Identität ist und auf die wir alle stolz sind und stolz sein dürfen.“ (red)

BRF

Bron: <http://brf.be/national/1043114/> (14/05/2017)

Bierkultur in Belgien als Unesco-Kulturerbe anerkannt

30.11.2016 - 10:50 Aktualisiert am: 30.11.2016 - 18:15

Wir Belgier wussten es ja schon immer: Unser Bier ist etwas ganz Besonderes. Eine Art Bestätigung kommt jetzt von den Vereinten Nationen, genauer gesagt von der Unesco, die die Bierkultur in Belgien in ihre Liste aufnimmt und als "immaterielles Kulturerbe" weltweit anerkennt.

(foto)

Belgische Bierkultur ist Unesco-Weltkulturerbe: Für Flanderns Kulturminister Sven Gatz, Alda Greoli, Kulturministerin der Französischen Gemeinschaft, Jean-Louis Van de Perre, Vorsitzender der belgischen Brauer, und Isabelle Weykmans, Kulturministerin der Deutschsprachigen Gemeinschaft, ein guter Grund auf der Brüsseler Grand Place anzustoßen

Die Entscheidung ist am Mittwochvormittag im äthiopischen Addis Abeba gefallen. Die DG hatte den Antrag bei der Unesco gestellt.

Für das belgische Bier ist die Entscheidung der Unesco schon eine große Ehre und eine wichtige Anerkennung, auf die man als Belgier besonders stolz sein darf. Und es ist ein Entscheid mit einer weltweiten Dimension, denn diese Liste der Unesco mit dem immateriellen Kulturgut ist – genau wie das Weltkulturerbe – auf dem ganzen Planeten gültig.

Man muss sagen: Es ist nicht das belgische Bier, das aufgenommen worden ist, sondern die belgische Bierkultur. Das heißt die Vielfalt, die Jahrhunderte alte Tradition und der Stellenwert, den Bier hierzulande hat.

(foto)

Anerkannt wird alles, was mit Bier zu tun hat in Belgien – und das ist besonders viel. Es gibt mehr als 1.500 verschiedene Sorten: Spezialbiere, Fruchtbiere, Abteibiere etc. Und ständig kommen welche dazu. Es gibt fast 200 Brauereien in Belgien. Bier wird hier zelebriert, es gibt Bierfeste. Fast jede Sorte hat ihr eigenes Glas. Besondere Bräuche und Rituale gibt es. Bier ist in Belgien Kultur und deswegen also die Aufnahme in die Unesco-Liste des immateriellen Kulturerbes

DG hat Antrag bei Unesco gestellt

Den Antrag bei der Unesco hat nicht der Föderalstaat, sondern die kleine Deutschsprachige Gemeinschaft gestellt. Kultur ist in Belgien nämlich Sache der Gemeinschaften. Und weil Flandern und die Französische Gemeinschaft schon andere, eigene Projekte auf der Warteliste hatten und damit es schneller geht, haben sie gemeinsam mit den belgischen Bierbauern 2013 in Ostbelgien angeklopft und um Hilfe gebeten.

2014 hat die Deutschsprachige Gemeinschaft den Antrag dann eingereicht und am Mittwochmorgen ist die Entscheidung dann gefallen – sozusagen Schützenhilfe aus Eupen für ganz Belgien. „Die Anerkennung durch die Unesco ist die Krönung der Arbeit zahlreicher Bierbrauer, Bierliebhaber, Bierförderer und Zythologen, die unserer Bierkultur zu einem Status verholfen haben, der sie erhaltenswert macht“, wird Ministerin Weykmans in der Pressemitteilung zitiert.

„Diese Anerkennung wird der belgischen Bierkultur noch mehr Glanz und Ausstrahlung verleihen. Ich freue mich ganz besonders, dass die Deutschsprachige Gemeinschaft als kleinste Gemeinschaft des Landes einen so wichtigen Beitrag zur Anerkennung einer Kultur leisten konnte, die Teil unserer Identität ist und auf die wir alle stolz sind und stolz sein dürfen.“

Das gesamte Land profitiert jetzt von dieser Anerkennung – allen voran die belgischen Bierbrauer. Vielerorts auf der Welt will man dieses „belgische Bier“ jetzt sicher probieren wollen. Aber nochmal zum Verständnis: Es ist die belgische Bierkunst die Kulturerbe geworden ist, nicht das Bier an sich. Das heißt, es darf jetzt nicht ein Unesco-Logo auf die belgischen Bierflaschen geklebt werden.

Anerkennung wird bei Vermarktung helfen

Aber: Die Anerkennung wird natürlich bei der Vermarktung helfen – und der Biersektor in Belgien ist ziemlich groß. Letztes Jahr sind hierzulande fast 20 Millionen Hektoliter Bier hergestellt worden. Tendenz steigend, obwohl die Belgier immer weniger trinken.

Heißt also: Es fließt immer mehr in den Export. Mittlerweile sind es über 60 Prozent. Es geht viel nach Frankreich, Italien, in die USA und nach China. Belgisches Bier bekommt man fast überall auf der Welt. Und inzwischen ist klar: Wir exportieren nicht nur Gerstensaft, sondern auch ein Stück Kultur, das jetzt zum immateriellen Kulturerbe der Unesco gehört.

Übrigens auf dieser Liste befinden sich für Belgien schon unter anderem der Karneval von Binche, die Heilig-Blut-Prozession von Brügge und das Krabbenfischen auf Pferden in Oostduinkerke.

Ostbelgien Direkt

Bron: <https://ostbelgiendirekt.be/unesco-erkennt-die-bierkultur-in-belgien-als-immaterielles-kulturerbe-an-115786> (14/05/2017)

UNESCO: Bierkultur in Belgien ist Kulturerbe

30/11/2016

Die UNESCO hat am Mittwoch in Addis Abeba (Äthiopien) beschlossen, dass die Bierkultur in Belgien einen Platz auf der Repräsentativen Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit verdient.

Foto: Shutterstock

Laut der 2003 verabschiedeten UNESCO-Konvention umfasst das immaterielle Kulturerbe alle Traditionen, Bräuche, Gewohnheiten und Handwerkstechniken, die wir heute pflegen und die wir von einer Generation an die nächste weitergeben möchten. Sie sind Ausdruck einer kulturellen Identität und Vielfalt.

Die DG hatte im Namen Belgiens bei der UNESCO den diesbezüglichen Antrag gestellt. Dies geschah mit der Unterstützung von Brauereiverbänden, Biertestervereinigungen, Bierförderern und in diesem Bereich spezialisierten Nichtregierungsorganisationen und Ausbildungseinrichtungen.

(foto)

Viele Brauereipraktiken haben einen regionalen Ursprung. So sind Lambic- Biere, die sich durch eine spontane Gärung auszeichnen, schon immer in Brüssel und im Pajottenland gebraut worden. Saisonbiere findet man vor allem in der Wallonie, „Oud Bruin“-Biere hauptsächlich in Westflandern, während mit Bier gewaschener Käse in Abteien wie Chimay entstanden ist.

Außerdem unterscheiden sich die Geschmacksmuster je nach Region deutlich voneinander.

Foto: Shutterstock

Es sind die einzigartige Vielfalt der Braukunst und die Intensität der zum belgischen Alltag gehörenden und mit belgischen Festen untrennbar verbundenen Bierkultur, die letztlich dazu führen, dass diese Bierkultur zur Identität und zum kulturellen Erbe des ganzen Landes gehört.

Beim Bewertungsausschuss der UNESCO fielen vor allem die Maßnahmen zum Schutz der Bierkultur, darunter die Konzipierung und Organisation professioneller Schulungen, die Förderung der Bierkultur und die Einrichtung eines Observatoriums als Beobachtungsstelle für die Bierkultur, ihre Vielfalt und Wertschätzung in Belgien ins Gewicht.

DG-Ministerin Isabelle Weykmans: „Die Anerkennung durch die UNESCO ist die Krönung der Arbeit zahlreicher Bierbrauer, Bierliebhaber, Bierförderer und Zythologen, die unserer Bierkultur zu einem Status verholfen haben, der sie erhaltenswert macht. Diese Anerkennung wird der belgischen Bierkultur noch mehr Glanz und Ausstrahlung verleihen. Ich freue mich ganz besonders, dass die Deutschsprachige Gemeinschaft als kleinste Gemeinschaft des Landes einen so wichtigen Beitrag zur Anerkennung einer Kultur leisten konnte, die Teil unserer Identität ist und auf die wir alle stolz sind und stolz sein dürfen.“

8.7.3. Huiszoekingen in Molenbeek in het kader van terreuronderzoek

(a) Duitse frame: *Der Spiegel*

Bron: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/bruessel-anti-terror-einsatz-in-molenbeek-a-1130032.html>
(14/05/2017)

Brüssel

Anti-Terror-Einsatz in Problemviertel Molenbeek

Im **Brüsseler Stadtteil Molenbeek** hat die Polizei mehrere Wohnungen durchsucht. Drei Personen wurden **festgenommen** und sollen nun verhört werden.

REUTERS

(foto) Polizisten sperren Straße in Molenbeek ab
Samstag, **14.01.2017** 22:12 Uhr

Im Zuge von Terrorermittlungen hat **die belgische Staatsanwaltschaft** am Samstagabend vier Durchsuchungen im **Brüsseler Stadtteil Molenbeek** veranlasst. Drei Personen seien festgenommen worden und würden in der Nacht verhört, teilte Sprecherin Ine van Wymersch nach Ende der Polizeiaktion mit. **Waffen oder Sprengstoff seien nicht gefunden** worden. Details und Hintergründe wurden zunächst nicht bekannt.

Nach einem Bericht der **belgischen Nachrichtenagentur Belga** waren bei der Aktion Spezialkräfte und ein Hubschrauber im Einsatz. **Zwei Straßen in Molenbeek** seien von der Polizei abgesperrt worden. Wie viele Personen Ziel der Polizeiaktion seien, sei noch unklar.

Molenbeek gilt als Islamistenhochburg. Im vergangenen Jahr wurde der **mutmaßliche Paris-Attentäter Salah Abdeslam** in dem **Brüsseler Stadtteil** festgenommen.

asc/dpa

(b) Belgische frame: *Le Soir & De Redactie*

Le Soir

Bron : <http://www.lesoir.be/1416156/article/actualite/regions/bruxelles/2017-01-14/des-perquisitions-menees-molenbeek-dans-un-dossier-terroriste> (14/05/2017)

Des perquisitions menées à Molenbeek dans un dossier terroriste

Belga

Mis en ligne dimanche 15 janvier 2017, 0h09

(foto) Un hélicoptère a été mobilisé.

Les perquisitions menées samedi soir à **Molenbeek**, dans le cadre d'une **enquête sur des faits de terrorisme** sont toujours en cours. Plusieurs agents masqués ont contrôlé un **bâtiment à l'angle des rues Delaunoy et Ransfort**. Un périmètre de **sécurité a été mis en place**.

Les perquisitions sont menées **à la demande du parquet**. Un **hélicoptère a été mobilisé**. Les rues adjacentes au bâtiment visé sont **encadrées par des combis et des agents armés**. Les médias sont tenus à distance. Seuls les riverains ont été autorisés à franchir la limite du périmètre.

La parquet **n'a pas fait davantage de commentaires** au sujet d'éventuelles autres actions et de personnes visées.

De Redactie

Bron : <http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/regio/brussel/1.2866037> (14/05/2017)

Terreuronderzoek: vier huiszoeken in Molenbeek

za 14/01/2017 - 19:23

Update: zo 15/01/2017 - 00:03 Jos De Greef

In het westen van Brussel zijn zaterdagavond een aantal huiszoeken gehouden. Dat was onder meer het geval in de Delaunoystraat in de gemeente Molenbeek. Volgens het parket gaat het om een onderzoek naar terreur. Er werden geen wapens of explosieven gevonden, maar er zijn wel drie mensen voor verhoor meegenomen.

Volgens het Brusselse parket zijn er huiszoeken geweest op vier plaatsen in de Brusselse gemeente Molenbeek. Twee van de vier waren zogenaamde versterkte huiszoeken, waarbij de lokale politie wordt bijgestaan door speciale eenheden.

Vanavond heeft het parket dan bekendgemaakt dat er geen wapens of munitie werden gevonden. Er zijn wel drie mensen opgepakt die vannacht nog ondervraagd worden. Het parket bevestigt ook dat de huiszoeken passen in een nieuw onderzoek naar terrorisme. Meer is er daarover nog niet bekend. Eerder vanavond was radiocollega Mieke Strinckx getuige van een van de huiszoeken in de Delaunoystraat in Molenbeek. Er was daar een groot aantal gemaskerde politiemensen op de been en er waren ook militairen aanwezig. De omgeving werd afgezet en de pers werd op een afstand gehouden.

De Delaunoystraat is geen onbekende in het onderzoek naar terreurverdachten. Vorig jaar werd hier een huiszoeking gehouden in de zoektocht naar Salah Abdeslam, één van de hoofdverdachten van de aanslagen van november 2015 in Parijs.

Abdeslam kon nadien worden opgepakt in de Vierwindenstraat, vlakbij de straat waar vanavond een huiszoeking is gehouden.

(c) Duitstalig Belgische frame: GrenzEcho, BRF & Ostbelgien Direkt

GrenzEcho

Bron : <http://www.grenzecho.net/politik/belgien/anti-terror-razzia-in-bruessel> (14./05/2017)

POLIZEIAKTION

Anti-Terror-Razzia in Brüssel

15. Januar 2017

Im Zuge von Terrorermittlungen hat die belgische Staatsanwaltschaft am Samstagabend vier Durchsuchungen in der Brüsseler Gemeinde Molenbeek veranlasst.

Polizisten sperrten am Samstagabend in Molenbeek eine Straße. Im Zuge von Terrorermittlungen hat die belgische Staatsanwaltschaft dort vier Durchsuchungen im veranlasst. | Foto: dpa

Drei Personen seien festgenommen worden und würden in der Nacht verhört, teilte Sprecherin Ine van Wymersch nach Ende der Polizeiaktion mit. Waffen oder Sprengstoff seien nicht gefunden worden. Details und Hintergründe wurden zunächst nicht bekannt.

Molenbeek gilt als Rückzugsgebiet für Islamisten. Einige der mutmaßlichen Attentäter von Paris und Brüssel 2015 und 2016 hatten dort Unterschlupf gefunden. Nach einem Bericht der Nachrichtenagentur Belga waren bei der Polizeiaktion am Samstagabend Spezialkräfte und ein Hubschrauber im Einsatz. Zwei Straßen in Molenbeek seien abgesperrt worden.

BRF

Bron: <http://brf.be/national/1054047/> (14/05/2017)

Anti-Terror-Einsatz in Molenbeek: Verdächtige wieder frei

15.1.2017 - 10:19 Aktualisiert am: 15.1.2017 - 11:55 Molenbeek, Terrorismus

Im Rahmen einer Anti-Terror-Razzia hat die Polizei in der Brüsseler Gemeinde Molenbeek am Samstagabend vier Hausdurchsuchungen durchgeführt. Die festgenommen Verdächtigen sind am Sonntag wieder freigelassen worden.

Bei dem Anti-Terror-Einsatz waren Spezialeinheiten der Polizei und auch ein Hubschrauber im Einsatz. Waffen oder Sprengstoff wurden bei den Hausdurchsuchungen nicht gefunden.

Drei Personen wurden vorübergehend festgenommen und noch in der Nacht verhört. Inzwischen sind sie wieder auf freiem Fuß. Die Staatsanwaltschaft spricht ausdrücklich von einem neuen Ermittlungsfall. Es gebe keinen Zusammenhang mit den Anschlägen von Brüssel und Zaventem. Details und Hintergründe zu dem Einsatz wurden aus ermittlungstaktischen Gründen nicht genannt.

rtbf/vrt/jp - Foto: Filip De Smet

Ostbelgien Direkt

Geen berichtgeving over dit onderwerp.

8.8. Artikel GrenzEcho

Onderstaand artikel m.b.t. deze masterproef verscheen op 16 januari 2017 in het GrenzEcho. Naar aanleiding van dit artikel namen ongeveer 200 respondenten contact op om aan het onderzoek (de enquête en/of het experiment) te kunnen deelnemen.

GESELLSCHAFT

Welchen Einfluss haben deutsche Medien auf DGBürger?

16. Januar 2017

(foto)

Die ostbelgische Studentin Désirée Radermacher (Bild) möchte herausfinden, wie groß der Einfluss deutscher Medien auf die Menschen in der Deutschsprachigen Gemeinschaft ist. | Foto: privat

Wie groß ist der Einfluss deutscher Medien auf die Identität der Menschen in der DG? Die ostbelgische Studentin Désirée Radermacher (24) möchte darauf eine Antwort geben – und startet eine Umfrage und ein Experiment. Dafür werden noch „Versuchskaninchen“ gesucht.

Von Christian Schmitz

Désirée Radermacher absolviert derzeit ihren Master in Unternehmenskommunikation an der Katholischen Universität Löwen (KUL) und wagt sich im Rahmen der Abschlussarbeit an das Thema heran. „Das Projekt besteht eigentlich aus zwei Teilen“, erläutert die 24-Jährige, die aus Kettenis stammt, aber in Löwen wohnt und neben dem Studium für die Agentur Talking Circles (Unternehmenskommunikation) tätig ist.

Einerseits soll über eine Online-Umfrage der Mediengebrauch der Ostbelgier analysiert werden. Welche deutschen, welche belgischen und welche deutschsprachigen Medien in Belgien werden

genutzt? Und wie ist das Verhältnis zwischen diesen Kategorien? „Viele Ostbelgier schauen deutsches Fernsehen. Mich interessiert aber auch, wie das Ganze bei Radio und Online-Medien aussieht. Bislang gibt es hierzu keine Zahlen.“ Im Rahmen eines Experimentes soll in einem zweiten Schritt festgestellt werden, inwiefern Zeitungsartikel aus Deutschland das ostbelgische Publikum beeinflussen. Um das Resultat nicht zu verfälschen, möchte sie noch keine Details verraten. „Allerdings kann ich jetzt schon sagen, dass meine Probanden zwei ganz kurze Texte mit ähnlichem Inhalt lesen und mir anschließend ein paar Fragen dazu beantworten sollten. Dabei geht es schlichtweg um die Meinung beziehungsweise das Gefühl beim Lesen – es gibt also kein richtig oder falsch.“

Grundlage für den Versuch ist der „Framing“-Effekt (dt.: „Einrahmungs-Effekt“). Von diesem Phänomen spricht man, wenn verschiedenartige Darstellungen einer Sachlage – bei gleicher Aussage – unterschiedliche Entscheidungen hervorrufen. Der Effekt dokumentiert, wie sehr das Umfeld oder die Art und Weise, wie Informationen präsentiert werden, eine Entscheidung beeinflussen. „Gerade in den Medien kann der Framing-Effekt eine große Rolle bei der Beeinflussung der Meinungsbildung spielen. Man denke da allein schon an die Berichterstattung über die Flüchtlingskrise oder die US-Wahlen“, sagt die Studentin. Für ihre Vorhaben ist sie auf der Suche nach Teilnehmern aus allen Altersklassen und allen Gegenden Ostbelgiens. „Die einzigen Bedingungen sind, dass sie in der DG wohnen oder gewohnt haben und dass Deutsch ihre Muttersprache ist. Ob die Teilnehmer ausschließlich Deutsch sprechen, oder ob sie mehrsprachig aufgewachsen sind, spielt keine Rolle. Für mich ist es sogar interessant zu sehen, ob bei mehrsprachigen Teilnehmern Unterschiede festzustellen sind.“

Die Online-Umfrage besteht aus etwa zehn Auswahlfragen und wird nur wenige Minuten dauern: „Je mehr Teilnehmer aus verschiedenen Altersklassen und verschiedenen Gegenden, desto repräsentativer das Ergebnis. Für Interessierte, die die Umfrage lieber auf Papier ausfüllen, habe ich auch eine Papiervariante.“ Das Experiment dagegen wird etwa 15 Minuten dauern. Die junge Forscherin hofft hier auf rund 50 Teilnehmer. Den Versuch können mehrere Personen gleichzeitig mitmachen. „Auch hier gilt: je variiertes Altersklasse und Wohnort, desto besser meine Analyse. Ich habe Räume, die dafür zur Verfügung stehen, kann aber auch zu den Teilnehmern hinfahren.“ Sie möchte so schnell wie möglich starten.

Organisiert wird das Ganze über die Uni in Löwen. Die Promotoren sind die Sprachwissenschaftler Koen Jaspaert und Michèle Goyens, die selbst aus Ostbelgien stammt. „Wir wollen herauszufinden, ob und inwiefern die deutschen Medien die Identität der deutschsprachigen Belgier beeinflussen. Dabei geht es um viel mehr als um Traditionen oder Bräuche. Es geht eher um unser Denken, unser Fühlen und um unsere Art und Weise, Dinge wahrzunehmen.“ Aber auch der Stellenwert der Mehrsprachigkeit soll untersucht werden. „Viele Ostbelgier wachsen zwei- oder sogar dreisprachig auf, und das hat natürlich einen großen Einfluss darauf, welche Medien für uns überhaupt zugänglich sind. Wer Niederländisch für Chinesisch hält, wird wohl kaum eine Tageszeitung wie ‚De Standaard‘ lesen oder im Radio ‚Studio Brussel‘ hören. Andererseits hat der Konsum dieser Medien einen entscheidenden Einfluss auf unsere Persönlichkeit.“

Wer an der Umfrage oder an dem Experiment teilnehmen möchte, kann sich bei Désirée Radermacher melden.

Mail: radermacher.d@hotmail.be;

Tel.: 0468/323029.

Online: www.facebook.com/desiree.radermacher

Christian Schmitz
Redaktion "Politik & Gesellschaft"
cschmitz@grenzecho.be