

Wir haben eine Perspektive gewählt, die sowohl nach den Medien und ihren Verantwortlichen Ausschau hält als auch nach den Einwanderern und ihren Berufsvorstellungen sowie nach Wechselwirkungen zwischen den beiden Seiten. Daher galt es, sich bei der Untersuchung einerseits den Medienbetrieben sowie den Einstellungen und Erfahrungen ihrer Verantwortlichen und andererseits Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund sowie ihren Berufswünschen und deren Einflussfaktoren zuzuwenden. Im folgenden Teil 2 gehen wir auf die Seite der Medien ein, bevor wir in Teil 3 die Erhebungen bei Schülern mit und solchen ohne Einwanderungsgeschichte schildern. Im ersten Kapitel geben wir einen Überblick über die gewählte Methode. In den folgenden Kapiteln werden die Ergebnisse zunächst detailliert dargestellt und am Ende zusammengefasst.

---

### **2.1 Methode: Umfrage bei NRW-Medien zur ethnischen Vielfalt im Journalismus – Methode und Instrumente**

Juliana Lofink und Horst Pöttker

Zunächst skizzieren wir das gewählte Befragungsverfahren, bevor wir in den folgenden Abschnitten auf die Medienauswahl, sozialstatistische Merkmale der Befragten, die verwendeten Instrumente (Leitfaden, Fragebogen) und schließlich auf Probleme eingehen, die sich in der Praxis gezeigt haben.


### 2.1.1 Mehrstufige Befragung von Personalverantwortlichen

Angesichts der Fragestellung und der sich prima facie darbietenden Faktenlage bot es sich an, mehrstufig zu verfahren und in einer ersten Kontaktaufnahme die jeweils verantwortliche(n) Person(en) zu erkunden sowie zu fragen, ob überhaupt und auf welche Weise diese Personen bereit sein würden, an einer Medienumfrage zur Tätigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund im Journalismus teilzunehmen. Dazu verschickten wir einen Brief (vgl. S. 23-24):

Dass die Problematik, auf die die Untersuchung gerichtet ist, hier bereits explizit und (selbst-) kritisch gegenüber der deutschen Presse angesprochen wird, birgt das Risiko eines (Non-)Response-Bias, weil sich Personen, die diese (Selbst-)Kritik nicht teilen oder an der Gesamtsituation kein Interesse haben, vermutlich von vornherein unterdurchschnittlich beteiligen werden. Gleichwohl haben wir uns dafür entschieden, weil nur so zu hoffen ist, dass bei einer umfassenden Berücksichtigung aller Äußerungen von Befragten auch schon aus den ersten, spontanen Reaktionen Aufschlüsse gewonnen werden können. Bei der Auswertung der Datengesamtheit muss beachtet werden, dass an der Problematik der (Unter-)Beschäftigung von Menschen mit Migrationshintergrund im Journalismus überdurchschnittlich interessierte Medienverantwortliche unter den Befragten wahrscheinlich überrepräsentiert sind.

Um Repräsentativität, Zuverlässigkeit (Reliabilität) und Aussagekraft für die Fragestellung (Validität) gleichermaßen zu optimieren, gehört die Verknüpfung von quantitativer und qualitativer Vorgehensweise zum methodischen Konzept der gesamten Untersuchung. Bei der Medienbefragung kommt diese Grundidee darin zum Ausdruck, dass den zu Befragenden bei gegebener Teilnahmebereitschaft die Wahl zwischen einem an Ort und Stelle oder telefonisch geführten Gespräch einerseits und einer stärker standardisierten, schriftlichen, elektronisch oder postalisch auf Papier zu übermittelnden Antwortmöglichkeit andererseits angeboten wurde. Für die mündliche Form wurde ein Interview-Leitfaden, für die schriftliche ein Fragebogen entwickelt. Dieses doppelgleisige Vorgehen mit Wahlmöglichkeit bietet die Chance, auch die Leitfadengespräche noch einer strukturierten, quantitativ auswertbaren Analyse mit Hilfe des Fragebogens unterziehen zu können, wodurch sich im quantitativen Teil die Zahl der Befragten und damit das Maß der Zuverlässigkeit erhöhen lässt. Von dieser Möglichkeit haben wir auf einer dritten Stufe Gebrauch gemacht.

## Erstes Anschreiben an Medienunternehmen in NRW mit Antwortbogen

<p><b>Ethnische Diversität im Journalistenberuf</b>          Projektförderung: Stiftung Presse-Haus NRZ Essen</p> <p><small>Technische Universität Dortmund - 44221 Dortmund</small></p>	 <b>Institut für Journalistik</b> <b>Fakultät Kulturwissenschaften</b> <b>Professor Dr. Horst Pöttker</b> Emil-Figge-Straße 50 44227 Dortmund Tel 0231/755-4117 (-2827 Sekr.) Fax 0231/755-5983 E-Mail: <a href="mailto:horst.pottker@tu-dortmund.de">horst.pottker@tu-dortmund.de</a> <a href="http://www.journalistik-dortmund.de">www.journalistik-dortmund.de</a>
--	--

Diktatzeichen	Aktenzeichen	Ort	Datum	Dienstgebäude/Raum
hpi/sch		Dortmund	10.02.2011	EF 50, Raum 3.509

**Förderung ethnischer Diversität in Medienbetrieben**

Sehr geehrter Herr,  
 sehr geehrte Frau,

verlässliche Studien zeigen, dass Menschen mit Migrationshintergrund im Journalistenberuf viel seltener anzutreffen sind als in der Gesamtbevölkerung. Für Medienbetriebe, die die 16 Millionen Migranten in Deutschland mit ihren Produkten erreichen wollen, ist das auf die Dauer ein Problem. Hans Georg Schnücker, Vizepräsident des BDZV, hat dazu kürzlich selbstkritisch festgestellt: "Wir haben Migration als Thema verpennt. Wir haben keinen Zugang zu diesen Gruppen - auch nicht auf dem Anzeigenmarkt."

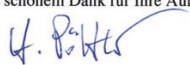
Unser von der Stiftung Presse-Haus NRZ gefördertes Projekt soll dieses Problem lösen helfen. Bevor journalistische Ausbildungsprogramme für Migrantinnen und Migranten aufgelegt werden, wollen wir einerseits herausfinden, bei welchen Minderheiten überhaupt eine Bereitschaft besteht, im Journalismus eine Berufsperspektive zu erkennen. Viele wollen ja lieber Ärzte oder Ingenieure werden. Andererseits wollen wir aber auch prüfen, unter welchen Voraussetzungen Medienbetriebe zur Aufnahme von Migranten ins Redaktionspersonal bereit sind und auf welche Qualifikationen und Kompetenzen sie dabei besonderen Wert legen.

Mit diesem Schreiben möchten wir Sie und Ihr Unternehmen herzlich bitten, an der Befragung von Medienbetrieben teilzunehmen. Ob und in welcher Weise Sie dazu bereit sind, können Sie uns mit dem beiliegenden Antwortbogen mitteilen, den Sie bitte nur angekreuzt in den bereits adressierten und frankierten Rückumschlag stecken.

**Wir denken, dass es in Ihrem eigenen Interesse liegt, mit unserem Projekt zu kooperieren. Den damit verbundenen Aufwand können Sie selbst bestimmen. Selbstverständlich stellen wir Ihnen die Ergebnisse der Studie zu gegebener Zeit zur Verfügung.**

Bitte senden oder faxen (0231/7555583) Sie uns den Antwortbogen bis zum 28. Februar 2011 zurück.

Mit schönem Dank für Ihre Aufmerksamkeit und freundlichen Grüßen



Professor Dr. Horst Pöttker

P.S. Ich erlaube mir, Ihnen außerdem einen Text zur Problematik der ethnischen Diversität beizulegen, der möglicherweise für Sie von Interesse ist.

Professor Dr. Horst Pöttker  
Wiss. MA Juliana Lofink  
Institut für Journalistik  
Fakultät Kulturwissenschaften  
Projekt: Ethnische Diversität im Journalistenberuf  
44227 Dortmund

**Antwortbrief**

- ☐ Wir sind an dem Projekt „Förderung ethnischer Diversität im Journalistenberuf“ grundsätzlich interessiert.
- ☐ Wir sind bereit, eine halbe Stunde Zeit zu opfern, um einen Fragebogen zur journalistischen Qualifikation von Migrantinnen und Migranten auszufüllen; und zwar
  - ☐ in Online-Version
  - ☐ in Papier-Version
- ☐ Wir sind bereit, zum Problem der Beschäftigung von Migrantinnen und Migranten im Journalistenberuf ein Telefoninterview zu führen.
- ☐ Wir sind bereit, mit Mitarbeiter(inne)n des Projekts „Förderung ethnischer Diversität im Journalistenberuf“ in unserem Betrieb oder an einem anderen Ort unserer Wahl ein persönliches Gespräch zu führen.
- ☐ Wir haben an das Projekt „Förderung ethnischer Diversität im Journalistenberuf“ folgende Wünsche, Fragen oder Anregungen:

Name/Firma des Absenders:

Die mehrstufige Vorgehensweise, bei der der standardisierten, quantitativ auswertbaren Befragung Leitfadengespräche mit einem Teil der Befragten vorgeschaltet sind, wurde auch deshalb gewählt, weil uns der explorative Charakter und die Ergebnisoffenheit der weniger standardisierten Gespräche dazu verhelfen sollten, zunächst möglichst viele Aspekte der Kernfrage anzusprechen und individuelle Antworten der Medienverantwortlichen zu erfassen. Denn die Medienbefragung soll nicht nur auf die Personalpolitik des jeweiligen Unternehmens in Bezug auf die Beschäftigung von Journalisten mit Zuwanderungsgeschichte abzielen, sondern auch auf die generellen Einschätzungen von Branchenkennern zu Problemen der Migrationsgesellschaft und zur Berufssituation von Journalisten mit Migrationshintergrund in Deutschland. Wir wollen feststellen, ob und in welchem Maße die Integrationsproblematik in den Cheftagen der Medienhäuser angekommen ist und worin die Verantwortlichen die Bedeutung des Journalismus für diese Problematik sehen. Danach soll die quantitative Auswertung Aufschluss geben, wie verbreitet bestimmte Einstellungen und Überzeugungen, Hoffnungen und Befürchtungen in Bezug auf die Beschäftigung von Menschen mit Migrationshintergrund im Journalismus bei den Medienverantwortlichen sind.

Da die ganze Untersuchung letztlich dem Zweck dient, die Repräsentation von Journalisten mit Einwanderungsgeschichte in deutschen Medien zu verbessern, boten insbesondere die an Ort und Stelle geführten Gespräche, die zu einem erheblichen Teil von einer journalistisch ausgebildeten Interviewerin mit russlanddeutschem Migrationshintergrund (Juliana Lofink) geführt wurden, die Chance, die Medienverantwortlichen bereits durch die Befragung selbst auf die Möglichkeit gegebener journalistischer Kompetenz von Journalisten mit Einwanderungsgeschichte hinzuweisen. Diese Chance war uns vor dem Hintergrund der Einsicht wichtig, dass sozialwissenschaftliche Forschung immer auch Teil der von ihr untersuchten Verhältnisse ist. Wir sahen keinen Grund, warum die genannte Interviewerin diese Chance im Sinne der Zielsetzung der Untersuchung nicht nutzen sollte, so dass sie ihren Migrationshintergrund in den Leitfadengesprächen wo nötig und möglich zu erkennen gegeben hat.

### **2.1.2 Auswahl und Arbeitsschritte: Vollerhebung bei privatwirtschaftlichen Medien**

Im Sinne der Zielsetzung der Untersuchung geht es unter anderem darum, konkrete Kenntnisse über Medienbetriebe zu gewinnen, die für die Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund offen sind, um Bewerber und Interessierte mit Einwanderungsgeschichte auf solche Häuser hinweisen zu können. Um hier Versäumnisse zu vermeiden, bot sich eine Vollerhebung an, die sich mangels umfangreicherer Ressourcen allerdings auf das – immerhin bevölkerungsreichste – Bundesland Nordrhein-Westfalen beschränken musste. Da die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine besondere Diversity-Politik mit entsprechenden Fördermaßnahmen betreiben, konzentriert sich unsere Studie auf den Bereich der privatwirtschaftlichen Medien. In Nordrhein-Westfalen sind das die hier ansässigen Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, einige wenige Nachrichtenagenturen, zahlreiche Lokalradios im Zwei-Säulen-Modell sowie mit der Mediengruppe RTL in Köln und dem NRW-Lokalsenderverbund S7 einige Fernsehsender.

Um die Medienbetriebe, ihre Personalverantwortlichen und deren Adressen zu identifizieren, haben wir aktuelle Verzeichnisse gesucht, die nach Bundesländern selektierend und überdies medienübergreifend sein sollten. Da sich Letzteres nicht realisieren ließ, haben wir uns der Listen medienspezifischer Verbände wie des „Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger“ (BDZV) oder des „Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger“ (VDZ) sowie der „Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen“ (LfM) bedient, ergänzt um den vom Stamm-Verlag herausgegebenen „Leitfaden durch Presse und Werbung“. Allerdings sind besonders in den Zeitschriftenverzeichnissen sowohl journalistische als auch nicht-journalistische Publikationen erfasst, z. B. auch Ein-Mann-Redaktionen von Vereinsorganen und andere, kaum dem professionellen Journalismus zuzurechnende Periodika. Deshalb wurde im Printbereich eine zusätzliche Vorselektion vorgenommen.

Im Frühjahr 2011 wurden insgesamt 547 Exemplare des oben wiedergegebenen Briefs, zusammen mit einem Antwortbogen zur Wahlmöglichkeit der Befragungsform, an Redaktionsverantwortliche nordrhein-westfälischer Medienhäuser verschickt. Tabelle 1 gibt einen Überblick, wie sich diese Kontaktaufnahmen auf die Mediensparten verteilen und wie viele Zusagen zur Teilnahme an der Befragung gegeben wurden, wobei aufgrund der geringen Zahl spontaner Reaktionen telefonisch und bei Zeitungen und Zeitschriften auch noch durch einen zweiten Brief nachgefasst wurde.

**Tab. 1** Kontakte der Medienbefragung

Mediensparte	Anschreiben	Zusagen	Anteil der Zusagen
Zeitungen	151	41	27,2 %
Zeitschriften	295	52	17,6 %
Radios	54	38	70,4 %
TV-Sender	29	14	48,3 %
Agenturen	11	9	81,8 %
Sonstige*	7	6	85,7 %
gesamt	547	160	29,3 %

\* Unter „Sonstige“ sind hier Medienverbände und Aufsichtsinstitutionen zusammengefasst.

Wenn der Anteil der Zusagen als Indikator für das Interesse an der Problematik Migration bzw. ethnische Diversität im Journalistenberuf taugt, dann lässt sich bereits aus den Reaktionen auf die Bemühungen um Kontaktaufnahme schließen, dass dieses Interesse bei elektronischen Medien und besonders bei Radios stärker sein dürfte als bei Printmedien, zumal Zeitschriften. Das könnte als Hinweis darauf gedeutet werden, dass medienpolitische Anstrengungen zur Steigerung des Migrantenanteils am Redaktionspersonal im Rundfunkbereich bessere Erfolgsaussichten haben und Menschen mit Migrationshintergrund, die in den Journalismus einsteigen wollen, sich bei elektronischen Medien bessere Chancen ausrechnen können.

Da es zur Zeit der Befragung in Nordrhein-Westfalen noch kaum journalistische Online-Medien gab, die organisatorisch und ökonomisch selbstständig, d. h. ohne Bindung an ein Medienhaus im Print- oder Rundfunk-Bereich arbeiteten, wurde das digitale Netz bei der Befragung noch nicht als gesonderte Mediensparte berücksichtigt. Viele Medienverantwortliche, die an der Befragung teilgenommen haben, sind jedoch u. a. auch für journalistische Produkte und Redaktionen im Online-Bereich zuständig. Ob und inwiefern sich der Bereich des Online-Journalismus, was die Ausbildungs- und Arbeitschancen von Migranten betrifft, von den anderen Medienbereichen unterscheidet, kann daher möglicherweise im Zusammenhang mit Antworten diskutiert werden, die, zumal bei den Leitfadeninterviews, geäußert wurden.

Was die Befragungsform betrifft, haben sich von den 160 Zusagen aus den Medien 25 für ein Gespräch in Anwesenheit und 29 für ein Telefoninterview entschieden, während 20 um die Zusendung eines Fragebogens in Papierform und 86 um eine Online-Befragung baten. Aber nur etwa die Hälfte der Medien, die eine Zusage gegeben hatten, beteiligte sich schließlich auch tatsächlich. Die 160 Zusagen haben sich so auf 76 konkrete Beteiligungen reduziert, was in Bezug auf die Gesamtzahl der kontaktierten Medien einer Response-Quote von 13,9 Prozent entspricht. 35 dieser Antworten bestehen aus einem ausgefüllten und retournierten Fragebogen,

41 Leitfadengespräche wurden in Anwesenheit oder telefonisch geführt, die danach noch mit Hilfe des stark strukturierten Fragebogens einer quantitativ auswertbaren Analyse unterzogen wurden. Die Termine für diese Interviews wurden mit den Redaktionen vorher abgestimmt. Die Gespräche in Anwesenheit fanden bis auf eine Ausnahme in den jeweiligen Redaktions- bzw. Geschäftsräumen statt. Im Durchschnitt dauerten die Interviews zwischen 40 und 60 Minuten und wurden mit einem digitalen Aufnahmegerät aufgezeichnet. Der Befragung lag ein vorab in einem Pretest erprobter Leitfaden zugrunde, der in Abschnitt „2.1.4 Instrumente“ zusammen mit dem Fragebogen vorgestellt wird. Bei der Verschickung des Fragebogens wurden drei Wochen nach der ersten Aussendung Erinnerungsschreiben verschickt.

Über festgestellte und mutmaßliche Gründe der vergleichsweise niedrigen Rücklaufquote, die bei quantitativer Auswertung einen erheblichen (Non-)Response-Bias befürchten lassen, vgl. weiter unten das Kapitel „2.1.5 Probleme“.

Von den Teilnehmenden haben neun (11,7 %) keine Angaben zu ihrem Medium gemacht, oder dies war aus der Korrespondenz nicht ersichtlich. Die übrigen 67 verteilen sich auf die fünf unterschiedenen Mediensparten und sonstigen Institutionen, wie es Tabelle 2 zeigt.

**Tab. 2**    Mediensparte der antwortenden Befragten<sup>7</sup>

	Mediensparte	Zahl (absolut)	Anteil an Antworten	Anteil an Zusagen	Anteil an Kontakten
gültig	Zeitungen	23	34,3 %	56,1 %	15,2 %
	Zeitschriften	11	16,4 %	21,2 %	3,7 %
	Radios	20	29,9 %	52,6 %	37,0 %
	TV-Sender	8	11,9 %	57,1 %	27,6 %
	Agenturen	1	1,5 %	11,1 %	9,1 %
	Sonstige	4	6 %	66,7 %	57,1 %
	gesamt	67	100 %	41,9 % (alle 47,5 %)	12,2 % (alle 13,9 %)
fehlend		9			

Obwohl sich die Medienverteilung bei den bloßen Zusagen (vgl. Tab. 1) hier relativiert, wird die Annahme, dass im Rundfunk ein besonderes Interesse an der Problematik Migration/ Diversity im Journalismus besteht, durch diese Daten

7    Nur Teilnehmende mit Angaben zum Medium.



gestützt. Denn auch die Anteile der Antwortenden im Verhältnis zu den Zusagen wie zu den Kontakten liegen bei den Radios und TV-Redaktionen höher als bei den Zeitungen. Dass Zeitschriften und Agenturen nicht in dieses Bild passen, mag auf die geringe absolute Zahl der Teilnehmenden aus diesen Mediensparten, also auf Zufall zurückzuführen sein.

2.1.3 Sozialstatistik: Merkmale der befragten Medienverantwortlichen

Um abzuschätzen, wie aufschlussreich die Antworten der befragten Vertreter von Medienunternehmen in Nordrhein-Westfalen sind, ist es hilfreich zu wissen, welche Positionen die Befragten in ihren Medien bekleiden, aber auch, welches Geschlecht sie haben und ob sie oder ihre Eltern selbst eingewandert sind. Von den 76 Teilnehmern haben elf (14,5 %) keine Angaben zur beruflichen Position gemacht und acht (10,5 %) haben ihr Geschlecht nicht angegeben. Immerhin liegen für 85,5 bzw. 89,5 Prozent diese Angaben vor.

37 der Befragten (48,7 %) sind Chefredakteure, zu denen zwölf (15,8 %) kommen, die einer Redaktion in leitender Position angehören (vgl. Tab. 3). Rund zwei Drittel derjenigen, die an der Befragung aktiv teilgenommen haben, sind also Journalisten mit hoher Entscheidungskompetenz und Verantwortung. Darüber hinaus nahmen fünf Geschäftsführer (6,6 %) und vier Verleger bzw. Herausgeber (5,3 %) an der Befragung teil. Den vorletzten Block bilden sieben (9,2 %) „Sonstige“ (ein Personalchef, eine Personalverantwortliche, eine Redakteurin, eine freie Journalistin, der Sprecher der LfM NRW, ein Assistent der Chefredaktion, ein djv-Referent).

Tab. 3 Berufliche Position der Antwortenden

		Häufigkeit	Prozent	gültige Prozente	kumulierte Prozente
gültig	Chefredakteur	37	48,7 %	56,9 %	56,9 %
	Leitender Redakteur	12	15,8 %	18,5 %	75,4 %
	Sonstiges	7	9,2 %	10,8 %	86,2 %
	Geschäftsführer	5	6,6 %	7,7 %	93,8 %
	Verleger/Herausgeber	4	5,3 %	6,2 %	100,0 %
	Gesamt	65	85,5 %	100,0 %	
fehlend		11	14,5 %		
gesamt		76	100,0 %		

Angesichts der durchgehend hohen Positionen der aktiven Befragungsteilnehmer wundert es nicht, dass die weitaus meisten von ihnen männlich sind (vgl. Tab. 4). Gerade einmal zehn der 76 Befragten (13,2 %) geben Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht an. Ob anzunehmen ist, dass die Sensibilität der Befragungsthematik besonders Frauen davon abhält, überhaupt an der Befragung aktiv teilzunehmen, erscheint fraglich. Jedenfalls weist dieses Resultat darauf hin, dass auch im Journalismus – übrigens wohl anders als im PR-Bereich, wie eine vergleichende Umfrage in Österreich Ende 2013 gezeigt hat (vgl. Jagodic/ Kappenberg/ Kratzenberg/ Pöttker 2014) – Frauen in Führungspositionen stark unterrepräsentiert sind.

**Tab. 4** Geschlecht der Antwortenden

		Häufigkeit	Prozent	gültige Prozente	kumulierte Prozente
gültig	männlich	58	76,3 %	85,3 %	85,3 %
	weiblich	10	13,2 %	14,7 %	100,0 %
	gesamt	68	89,5 %	100,0 %	
fehlend		8	10,5 %		
gesamt		76	100,0 %		

Noch geringer ist der Anteil der Befragten mit Migrationshintergrund (vgl. Tab. 5). Von den 76 Antwortenden gaben das nur vier (5,3 %) an, darunter der Chefredakteur eines Lokalradios (Spanien), Chefredakteur von Radio Berg; Güler Balaban-Çoban (Türkei), Chefredakteurin beim türkischen Sender TürkShow (TeleBazaar) eines deutschen Medienunternehmens, und Veye Tatah (Kamerun), Redaktionschefin von Africa Positive.

**Tab. 5** Migrationshintergrund der Antwortenden

		Häufigkeit	Prozent	gültige Prozente	kumulierte Prozente
gültig	nein	50	65,8 %	92,6 %	92,6 %
	ja	4	5,3 %	7,4 %	100,0 %
	gesamt	54	71,1 %	100,0 %	
fehlend		22	28,9 %		
gesamt		76	100,0 %		

Immerhin liegt dieser Anteil über dem der Journalisten mit Migrationshintergrund bei deutschen Medien generell (oder jedenfalls nicht darunter). Hier dürfte allerdings ein Response-Bias im Spiel sein: Befragte mit Migrationshintergrund werden überdurchschnittlich bereit sein, an einer Untersuchung zur ethnischen Diversität im Journalistenberuf aktiv teilzunehmen.

### **2.1.4 Instrumente: Leitfaden und Fragebogen**

Auf der ersten Stufe der Befragung galt es, einen Leitfaden für die mündlichen Interviews mit den dazu bereiten Medienverantwortlichen zu entwickeln. Dazu wurden zunächst nur sehr grob strukturierte Gespräche mit Spitzenvertretern dreier maßgeblicher Medien oder Redaktionen außerhalb Nordrhein-Westfalens (Werner D’Inka, Mitherausgeber der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, Kerstin Witte-Petit, Chefredakteurin der Rheinpfalz am Sonntag, sowie Uwe Haring, Chefredakteur der Oldenburgischen Volkszeitung) geführt. Aus diesen Gesprächen, einem Pretest für die qualitative Vorgehensweise, ergaben sich vier Fragenkomplexe mit jeweils zwei oder drei Unterpunkten, so dass der Leitfaden sich wie folgt darstellt:

1. Allgemeine Grundhaltung zum Thema Einwanderungsgesellschaft und Integration
  - Deutschland – eine Einwanderungsgesellschaft?
  - Statistische Daten
  - Der Nationale Aktionsplan Integration und die Medien
2. Journalisten mit Migrationshintergrund in deutschen Medienbetrieben
  - Statistische Daten
  - Einschätzung der Medienbetriebe: Einstellungsbereitschaft;
  - Einstellungsvoraussetzungen; Probleme und Chancen
  - Einschätzung der Migranten: Affinität zum Journalistenberuf; journalistische Eignung; Berufsperspektiven
3. Persönliche Erfahrungen
  - Arbeit mit Kollegen mit Zuwanderungsgeschichte
  - Konkrete Personalpolitik und Daten des jeweiligen Medienbetriebs
4. Personenbezogene Daten
  - Position
  - Migrationshintergrund
  - Fragen und Anmerkungen

Beim Begriff Migrationshintergrund orientieren wir uns an der Definition des Statistischen Bundesamts (vgl. Fußnote 1).

Für die Struktur des Fragebogens (vgl. S. 33-37), der nach den mündlichen Interviews und einem internen Pretest an die zur schriftlichen Teilnahme bereiten Personalverantwortlichen in den Medien verschickt wurde, haben wir die Aufteilung des Leitfadens in vier Kernkomplexe übernommen und weiter ausdifferenziert. Auch hier sind die Fragen im Wesentlichen auf die allgemeine Einstellung zur Problematik „soziale Integration von Menschen mit Migrationshintergrund“, auf die Einschätzung der Bedeutung von Journalisten mit Migrationshintergrund für die Medienbranche, auf persönliche Erfahrungen mit Kollegen mit Migrationshintergrund im Allgemeinen und im eigenen Betrieb sowie auf Merkmale der befragten Person gerichtet.

## FRAGENKATALOG FÜR DIE MEDIENUNTERNEHMEN/REDAKTIONEN

### I. CHARAKTERISTIKA DES UNTERNEHMENS/DER REDAKTION

#### 1. Zu welchem Medienzweig gehört das Unternehmen/die Redaktion?

- 1 ☐ Nachrichtenagentur/Informationsdienst
- 2 ☐ Fernsehsender
- 3 ☐ Radiosender
- 4 ☐ Zeitung
- 5 ☐ Zeitschriftenverlag

#### 2. Wie viele Journalisten sind im Unternehmen/ in der Redaktion an Ihrem Standort derzeit beschäftigt?

..... Journalisten insgesamt

#### 3. Gibt es darunter Personen mit Migrationshintergrund?

*In Anlehnung an die Definition des Statistischen Bundesamtes wird der Teil der Bevölkerung als Personen mit Migrationshintergrund bezeichnet, die im Ausland geboren sind sowie alle in Deutschland geborenen Ausländer/-innen und alle in Deutschland Geborene mit zumindest einem zugezogenen oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil.*

- 1 ☐ Ja → Bitte weiter **zur Frage 4**
- 2 ☐ Nein → Bitte weiter **zur Frage 5**

#### 4. Wenn Journalisten mit Migrationshintergrund beschäftigt werden:

##### 4.1. Wie viele sind es?

..... Journalisten mit Migrationshintergrund, davon ..... Frauen

##### 4.2. Welcher Abstammung sind sie? Mehrfachnennungen möglich.

- ☐ Italien
- ☐ Polen
- ☐ Griechenland
- ☐ Türkei
- ☐ ehemaliges Jugoslawien
- ☐ Russische Föderation
- ☐ Ukraine
- ☐ sonstige ehemalige UdSSR-Republiken
- ☐ China
- ☐ Indien
- ☐ Afrika
- ☐ Sonstiges: .....
- ☐ Abstammung nicht bekannt

**4.3. Wie lange arbeiten Journalisten mit Migrationshintergrund bereits in Ihrem Unternehmen/in Ihrer Redaktion? Die längste Betriebszugehörigkeit in Jahren.**

Seit ..... Jahren

**4.4. Welche Positionen innerhalb des Unternehmen/der Redaktion nehmen sie hauptsächlich ein? Mehrfachnennungen möglich.**

Position		Einstellungsverhältnis	
01	<input type="checkbox"/> Redakteur/in	01	<input type="checkbox"/> festangestellt
02	<input type="checkbox"/> Bildredakteur/in	02	<input type="checkbox"/> feste/r Freie/r
03	<input type="checkbox"/> Videoredakteur/in / Cutter/in	03	<input type="checkbox"/> Freie/r
04	<input type="checkbox"/> Kameramann/frau / Fotograf/in	04	<input type="checkbox"/> Volontär/in
05	<input type="checkbox"/> Tontechniker/in	05	<input type="checkbox"/> Praktikant/in
06	<input type="checkbox"/> Auslandskorrespondent/in	06	<input type="checkbox"/> Sonstiges: .....
07	<input type="checkbox"/> Rechercheur/in		
08	<input type="checkbox"/> Moderator/in		
09	<input type="checkbox"/> Anperson		
10	<input type="checkbox"/> CvD		
11	<input type="checkbox"/> Redaktionsleitung		
12	<input type="checkbox"/> Ressortleitung		
13	<input type="checkbox"/> Geschäftsführung / Vorstand		
14	<input type="checkbox"/> Sonstiges: .....		

**4.5. Mit welchen thematischen Bereichen werden sie hauptsächlich betraut? Mehrfachnennungen möglich. [hier kann u.U. eine Unterscheidung zw. „hauptsächlich“ und „weitere Bereiche“ vorgenommen werden]**

- 01 ☐ Politik  
 02 ☐ Wirtschaft  
 03 ☐ Gesellschaft  
 04 ☐ Migration / Integration  
 05 ☐ Ausland  
 06 ☐ Sport  
 07 ☐ Kultur  
 08 ☐ Unterhaltung  
 09 ☐ Sonstiges: .....  
 10 ☐ Es gibt keine thematischen Vorgaben und Zuordnungen

**5. Falls bisher noch keine Journalisten mit Migrationshintergrund beschäftigt werden: Welche Gründe könnten Ihrer Meinung nach dafür ausschlaggebend sein?**

.....

.....

.....

## II. EINSTELLUNGSKRITERIEN UND QUALIFIKATIONSANFORDERUNGEN

### 6. Welche Wege werden in Ihrem Unternehmen/Ihrer Redaktion bei der Rekrutierung von journalistischem Personal eingeschlagen? *Mehrfachnennungen möglich.*

- ☐ Externe Stellenausschreibungen (Zeitungen, Jobvermittlungsforen, eigene Homepage etc.)
- ☐ Interne Stellenausschreibungen
- ☐ Direkte Akquise an Schulen / Hochschulen / Journalistenschulen
- ☐ Vermittlungsagenturen (Arbeitsamt, Fachvermittlungsdienst, private Vermittler usw.)
- ☐ Persönliche Kontakte
- ☐ Gewährung von Stipendien an Studenten
- ☐ Sonstiges: .....

### 7. Wie viele Journalisten bewerben sich durchschnittlich pro Jahr in Ihrem Unternehmen/ in Ihrer Redaktion?

Ca. .... Bewerber insgesamt, davon ca. .... Bewerber mit Zuwanderungsgeschichte

### 8. Wie wichtig sind die nachfolgend genannten Aspekte bei der Einstellung von Redakteuren im Allgemeinen?

*Bitte geben Sie bei jedem der nachfolgend aufgeführten Aspekte mit Hilfe der fünfstufigen Antwortskala an, wie wichtig für Sie der jeweilige Aspekt im Allgemeinen ist.*

sehr wichtig					völlig unwichtig
1	2	3	4	5	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Hochschulabschluss
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Journalistische Ausbildung (Studium, Volontariat etc.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	im Studium oder in einer Ausbildung erlernte Fachrichtung
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Abschlussnoten
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Praktische Erfahrungen im Journalistenberuf
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Praktische Erfahrungen in anderen Branchen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Auslandserfahrungen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Akzentfreies Deutsch
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ethnische Zugehörigkeit
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Weltanschauung/Religion
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	persönliche Einwanderungserfahrung
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Verhalten im Bewerbungsgespräch
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ergebnisse von Einstellungstests
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Persönlichkeit
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sonstiges: .....

### 9. Sind Sie der Meinung, die Einstellung von Personen mit Migrationshintergrund sollte in Medienbetrieben in einer besonderen Weise gefördert werden?

- 1 ☐ Ja, weil .....
- .....
- 2 ☐ Nein, weil .....
- .....

### 10. Wird in Ihrem Unternehmen/Ihrer Redaktion die Einstellung von Personen mit Migrationshintergrund in einer besonderen Weise gefördert?

- 1 ☐ Nein  
2 ☐ Ja, in Form von / durch.....

### 11. In welchem Maße erwarten Sie die Beherrschung nachfolgender Fähigkeiten und Kompetenzen von Journalisten?

Bitte geben Sie bei jedem der nachfolgend aufgeführten Aspekte mit Hilfe der fünfstufigen Antwortskala an, welche Bedeutung Sie dem jeweiligen Punkt beimessen.

gar nicht	5	4	3	2	1	in sehr hohem Maße
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Zielgruppengerechter Sprachgebrauch
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Breites Allgemeinwissen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Kenntnisse in Medienrecht
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Technische Versiertheit (Umgang mit Kameras, Aufnahmegeräten, PC etc.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fremdsprachenkenntnisse
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Recherchefähigkeit
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fachliche Spezialisierung / Ressortwissen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Kreativität
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	medienspezifische Artikulationsfähigkeit (flotte Schreibe, Moderationskompetenz u. ä.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Beherrschung der Web-2.0-Technologien (RSS-Feeds, Blogging, Podcasts etc.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Interkulturelle Sozialkompetenzen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Berufsethisches Verantwortungsbewusstsein
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Sonstiges:.....

### 12. Haben Sie persönlich jemals mit Journalisten mit Migrationshintergrund zusammengearbeitet?

- 1 ☐ Ja → Bitte weiter zur Frage 13  
2 ☐ Nein → Bitte weiter zur Frage 14

### 13. Wie beurteilen Sie ihre Kompetenzen und Fähigkeiten in nachfolgenden Bereichen?

sehr gut					sehr schlecht	kann nicht beurteilen	
1	2	3	4	5			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Deutschkenntnisse
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Allgemeinwissen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Wissen um die Funktionsmechanismen des deutschen Mediensystems
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Technik (Umgang mit Kameras, Aufnahmegeräten, PC etc.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Recherchetechniken
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Interkulturelle Sozialkompetenzen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Fremdfachliche Spezialisierung / Ressortwissen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Kreativität
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Beherrschung von journalistischen Darstellungsformen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Beherrschung der Web-2.0-Technologien (RSS-Feeds, Blogging, Podcasts etc.)
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Vertrautheit mit gesellschaftlichen und politischen Strukturen der Bundesrepublik
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Selbständiges Arbeiten
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Berufsethisches Verantwortungsbewusstsein
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	Sonstiges



**14. Welche Rolle spielen Medien im Integrationsprozess von Migranten Ihrer Meinung nach? Bitte nur eine Angabe.**

- |                            |                       |                            |                 |
|----------------------------|-----------------------|----------------------------|-----------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | gar keine Rolle       | 6 <input type="checkbox"/> | Ich weiß nicht  |
| 2 <input type="checkbox"/> | kaum eine Rolle       | 7 <input type="checkbox"/> | Sonstiges:..... |
| 3 <input type="checkbox"/> | eine gewisse Rolle    |                            |                 |
| 4 <input type="checkbox"/> | eine große Rolle      |                            |                 |
| 5 <input type="checkbox"/> | eine sehr große Rolle |                            |                 |

**15. Teilen Sie die Annahme, dass ein höherer Anteil von Journalisten mit Migrationshintergrund in den Medien sich positiv auf den Integrationsprozess von Migranten in der Bundesrepublik auswirkt?**

- 1 ☐ Ja
- 2 ☐ Nein
- 3 ☐ Ich weiß nicht
- 4 ☐ Sonstiges:.....

**III. ANGABEN ZUR PERSON**

*Abschließend bitten wir Sie um einige Angaben zu Ihrer Person:*

**16. Ihre Position im Unternehmen/in der Redaktion**

.....

**17. Seit wann bekleiden Sie diese Position? Angabe in Jahren oder in Monaten**

.....

**18. Geschlecht**

- 1 ☐ weiblich
- 2 ☐ männlich

**19. Staatsangehörigkeit**

.....

**20. Haben Sie selbst einen Migrationshintergrund?**

- 1 ☐ Ja, → Bitte weiter zum Punkt 21.
- 2 ☐ Nein

**24. Bitte konkretisieren Sie:**

- 1 ☐ Ich habe selbst eine Migrationserfahrung
- 2 ☐ Meine Eltern bzw. ein Elternteil sind / ist nach Deutschland eingewandert
- 3 ☐ Herkunftsland:.....

*Wir danken Ihnen herzlich für Ihre Mitarbeit!*

### 2.1.5 Probleme: Reserviertheit und geringer Rücklauf

Als größtes methodisches Problem der Medienbefragung stellt sich die geringe Antwortquote dar, wenn man bedenkt, dass von den 547 angeschriebenen Medien nur 160 (29,3 %) Teilnahmebereitschaft bekundet haben, von denen wiederum nur 76 (47,5 bzw. 13,9 % bezogen auf die Gesamtheit) tatsächlich mindestens den Fragebogen ausgefüllt zurückgeschickt haben. Angesichts dieser Daten ist ein erheblicher Response- bzw. Non-Response-Bias zu befürchten.

Das problematische Bild relativiert sich jedoch, wenn man die 295 angeschriebenen Zeitschriften unberücksichtigt lässt und nur die für den Journalismus ausschlaggebenden aktuellen Medien berücksichtigt, also Zeitungen, Radios, TV-Sender und Nachrichtenagenturen. Von 245 angeschriebenen Medien dieser Gruppen signalisierten immerhin 102 (41,6 %) Teilnahmebereitschaft, mindestens 52 (51,0 bzw. 21,2 %) haben tatsächlich teilgenommen und wenigstens den Fragebogen beantwortet, wegen des Anteils an den neun zur Medienfrage nicht Antwortenden vermutlich nicht unerheblich mehr.

Gleichwohl kann bezweifelt werden, dass das knappe Viertel der aktuellen Medien in Nordrhein-Westfalen, von denen substanzielle Reaktionen gekommen sind, im Hinblick auf die Einstellungen zu und Erfahrungen mit Journalisten mit Migrationshintergrund für die ganze Landschaft journalistischer Medien repräsentativ ist. Es liegt nahe zu überlegen, warum drei Viertel der aktuellen Medien sich nicht beteiligt haben und ob solche Gründe mit der Fragestellung der Untersuchung zusammenhängen.

Zunächst gibt es technische Gründe, die in dieser Hinsicht als neutral betrachtet werden können. Die genutzten Medienverzeichnisse haben sich, wie es solche Listen an sich haben, teilweise als nicht aktuell herausgestellt. Einige Anschreiben kamen postwendend als unzustellbar zurück, weil die aufgelisteten Redaktionen entweder ihre Anschrift geändert hatten oder gar nicht (mehr) existierten. In anderen Fällen stimmten die Namen der Redaktionsverantwortlichen nicht (mehr). In Betracht zu ziehen ist weiterhin die durchgängig hohe Arbeitsbelastung im Alltagsgeschäft und ein damit einhergehender Zeitmangel der meisten Medienverantwortlichen. Auch wenn wir ihnen bewusst freigestellt haben, in mehr oder weniger aufwändiger Form zu antworten, wird der notorische Arbeitsdruck in etlichen Fällen selbst bei gegebenem Interesse an der Problematik eine Beteiligung verhindert haben.

Dass von den 54 Redaktionen, aus denen im Vorfeld mündlichen Gesprächen zugestimmt worden war, nur 41 tatsächlich teilgenommen haben, lag nicht zuletzt an Schwierigkeiten bei der Terminabsprache. Bei einigen Chefredakteuren ist es während des gesamten Erhebungszeitraums von einem halben Jahr nicht gelungen, sie telefonisch oder schriftlich zu erreichen, Kontaktversuche liefen über Sekretärin-

nen oder Mitarbeiter und mussten schließlich aus Zeitgründen eingestellt werden. In zwei Fällen wurde die Teilnahme wieder abgesagt, weil im letzten Moment Unklarheiten über interne Zuständigkeiten und Befugnisse aufgekommen waren. Der Chefredakteur eines Kreisblattes wollte sich generell auf keine Terminvereinbarung festlegen, sondern bevorzugte eine „spontane“ telefonische Unterhaltung – mit dem Ergebnis, dass zahlreiche Anlaufversuche zu einem Gespräch ins Leere liefen und letztlich abgebrochen werden mussten.

Das führt zu Gründen für Non-Response, die mit der Fragestellung zusammenhängen (können) und daher bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen bzw. als solche Ergebnisse selbst zu betrachten sind. Während die Befragung einiger Lokalredaktionen problemlos verlief, wurden wir von anderen trotz anfänglicher Gesprächsbereitschaft an übergeordnete Stellen verwiesen, von wo aus Unsicherheit in Bezug auf Auskunftskompetenzen kommuniziert wurde, was schließlich zum Abbruch einiger Gesprächsanbahnungen geführt hat. Offenbar handelt es sich bei der geringen ethnischen Diversität im Journalistenberuf um eine sensible Problematik, zu der besonders bei solchen Medien wenig Auskunftsbereitschaft besteht, die auch bei sich selbst in dieser Hinsicht ein Defizit spüren. Auf telefonische Nachfragen sagten viele Redakteure, dass sie das Thema nicht betreffe. Sofern sich Redaktionen von der Thematik der Befragung überhaupt angesprochen fühlten, reagierten viele zunächst mit einer defensiven und rechtfertigenden Haltung. Das offenbarte sich bereits in den Rückmeldungen auf die erste schriftliche Anfrage und dann besonders beim telefonischen Nachfassen. Etliche Redaktionen sahen in unserer Fragestellung bereits eine Kritik am geringen Anteil von Migranten an ihrem Personal und erklärten, sie wären froh, einen Mitarbeiter mit Zuwanderungsgeschichte einstellen zu können, es mangle jedoch an Bewerbern.

Manchmal entstanden bereits bei diesen Kontaktanrufen angeregte Diskussionen zum Untersuchungsthema, die bis zu einer Stunde dauerten. Zur Teilnahme an der Befragung selbst waren viele dann aber doch nicht bereit, weil ihnen „offizielle Statements“ dazu heikel erschienen. Es kam auch vor, dass eine zunächst signalisierte Teilnahmebereitschaft „nach eingehenden hausinternen Überlegungen“ wieder zurückgezogen wurde. In solchen Fällen wurde meistens auf den Zeitmangel verwiesen. Seitens eines Fernsehsenders hieß es, es sei im Nachhinein festgestellt worden, der Sender sei nicht der richtige Ansprechpartner in solchen Fragen. Einige wenige Medienhäuser bekundeten auch explizit Desinteresse an der Befragung, so sagte beispielsweise der Chefredakteur einer Fachzeitschrift: „Ich bin nicht unbedingt scharf auf solche Fragen, deshalb: nein, keine Teilnahme, und ich werde es auch nicht begründen.“

Einerseits sind die bereits bei der Kontaktaufnahme zu Tage tretende Reserviertheit gegenüber der untersuchten Problematik und die sich auch daraus ergebende

relativ geringe Antwortquote ein erstes substanzielles Ergebnis der Studie. Stützen sie doch die Annahme, dass es in den Medien (und besonders bei der Presse) eine verbreitete, möglicherweise vorurteilsgeladene Skepsis gegenüber Journalisten mit Migrationshintergrund gibt, die es als Barriere für eine Steigerung der ethnischen Diversität in diesem Berufsfeld zu überwinden gilt. Nach den konkreten Gründen oder Rationalisierungen dieser Skepsis gilt es in den erfolgten Antworten auf die Befragung zu suchen.

Andererseits zeigt die bei der Kontaktaufnahme sichtbar gewordene Reserviertheit, dass diejenigen, die sich trotz der anscheinend verbreiteten Skepsis an der Umfrage beteiligt haben, überdurchschnittlich interessiert an der Problematik „ethnische Diversität im Journalismus“ und überdurchschnittlich offen für die Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund sein dürften. Hinzu kommt, dass gerade für die Problematik sensible Verantwortliche in den Medien im Sinne der Zielsetzung unserer Studie antworten werden. Es liegt daher die Vermutung nahe, dass die Antworten der mündlichen wie der schriftlichen Befragung nicht nur die tatsächlichen Verhältnisse in den Medien, sondern auch die von den Befragten antizipierte soziale Erwünschtheit wiedergeben. Diese Gefahr ist uns bereits bei den Pretests bewusst geworden, so dass wir uns besonders bemüht haben, die Gespräche neutral zu führen, um den Einfluss des Faktors soziale Erwünschtheit möglichst gering zu halten.

Sowohl der Faktor soziale Erwünschtheit bei den Antworten wie der angesprochene (Non-)Response-Bias lassen jedoch befürchten, dass in deutschen Medien die Barrieren für eine integrationsfördernde Steigerung der ethnischen Diversität im Journalistenberuf höher sind, als die Ergebnisse unserer Umfrage zeigen.

## 2.2 Einstellungen von Medienverantwortlichen zur Migrationsgesellschaft und zur Bedeutung ethnischer Vielfalt im Journalistenberuf

Janis Brinkmann

In diesem ersten Teil der Auswertung werden folgende Themenkomplexe analysiert: Einleitend werden *Wissen und Einstellungen zur Einwanderungsgesellschaft* in den befragten Medienunternehmen untersucht (Kapitel 2.2.1) und das Thema in einen größeren politischen Zusammenhang gestellt. Daraus abgeleitet stellt sich die Frage nach *Wissen und Einstellung zur Bedeutung der Migration für den Journalismus*, wobei vor allem der journalistische und ökonomische Wert von Menschen mit Migrationshintergrund für die Medien im Fokus stehen soll (Kapitel 2.2.2). Anschließend geht es bei den Fragen nach den *Einschätzungen zur Realität von Migranten in Redaktionen* insbesondere um das Problembewusstsein der Befragten (Kapitel 2.2.3). Als Abschluss des ersten Ergebnisblocks werden die *Einschätzungen zur Einstellung von Migranten im Journalistenberuf* ausführlich untersucht und daraus Aussagen über mögliche Perspektiven von Journalisten mit Migrationshintergrund sowie Empfehlungen für Bewerber abgeleitet (Kapitel 2.2.4).

### 2.2.1 Einstellungen zur Einwanderungsgesellschaft

In diesem Kapitel sollen das Wissen und die Einstellungen der Befragten zum Einwanderungsland Deutschland, zum Anteil von Migranten an der Gesamtbevölkerung sowie zu den größten ethnischen Gruppen analysiert werden.

Die erste Frage soll den thematischen Rahmen abstecken und zielt auf das grundsätzliche Verständnis der Befragten, ob sie Deutschland als Einwanderungsgesellschaft betrachten. Dabei sieht die überwiegende Mehrheit der Befragten (73,7 %) Deutschland als Einwanderungsland. Nur für eine Minderheit von 11,8 Prozent handelt es sich nicht um eine Einwanderungsgesellschaft, während 5,3 Prozent der Befragten in dieser Frage unentschieden sind. Damit ergibt sich ein eindeutiges Bild: Fast drei Viertel der befragten Redaktionsleiter, Chefredakteure und Personalverantwortlichen begreift Deutschland als Einwanderungsland, nur jeder achte lehnt diese Einschätzung ab.

Auch wenn diese Verteilung quantitativ eindeutig ist, zeigen die Befragten in den Interviews durchaus abweichende Definitionen von Einwanderungsgesellschaften und begründen ihre Einschätzungen unterschiedlich. Der Lokalchef einer großen Regionalzeitung erkennt das „absolute“ Einwanderungsland Deutschland

an seinem „ganz persönlichen Lebensumfeld, aber auch an dem, womit ich journalistisch jeden Tag zu tun habe“. Ein „Großteil unseres ganz normalen Lebens“ werde mittlerweile von Migranten und ihren Nachkommen bestimmt. Auch Thomas Reunert, Chefredakteur des *Iserlohner Kreisanzeigers*, hält Deutschland „hundertprozentig“ für eine Einwanderungsgesellschaft und leitet dies ebenso aus alltäglichen Beobachtungen ab:

„Sie müssen nur auf die Straße gucken, dann sehen Sie die Realität. Wer Ihnen entgegenkommt in der Fußgängerzone und wen Sie in Schulen und wen Sie in Betrieben treffen, das ist eben so.“

Günter Benning von den *Westfälischen Nachrichten* in Münster unterfüttert seine Einschätzung mit Zahlen: „Wenn in dieser Stadt schon 20 Prozent und mehr Migrationshintergrund haben, dann muss man von einer Migrationsgesellschaft sprechen.“ Viele der Befragten argumentieren mit einer zunehmenden Zuwanderung als Charakteristikum einer Einwanderungsgesellschaft.

Für Rüdiger Oppers, Chefredakteur der Essener *Neue Rhein/Neue Ruhr-Zeitung*<sup>8</sup> ist Deutschland ein traditionelles Einwanderungsland:

„Das war auch schon so, als Helmut Schmidt das gesagt hat, und jetzt ist es erst recht so. Man merkt ja, dass man sich selbst in konservativen Kreisen dem Begriff annähert. Ich glaube, das ist zu sehr ein politischer Kampfbegriff gewesen, als dass er wirklich wertfrei hätte diskutiert werden können. Angesichts der Zahlen (...) hätte man ja schon sagen können, das ist eine gesellschaftliche Realität, dass Ausländer zu uns kommen und dann hier auch leben. (...) Aber de facto sind wir ein Einwanderungsland.“

Der Redaktionsleiter einer Lokalzeitung sieht keine Alternative zu einer deutschen Einwanderungsgesellschaft:

„Deutschland entwickelt sich zwangsläufig zu einer Einwanderungsgesellschaft. Einfach aufgrund der demografischen Entwicklung und des immer größer werdenden Fachkräftemangels.“

Auch Christoph Pepper vom *Mindener Tageblatt* spricht sich für Deutschland als Einwanderungsgesellschaft aus, verbindet damit aber auch Aufgaben und Hoffnungen:

---

8 Rüdiger Oppers ist seit 1.1.2014 für die Evonik Industries AG, zunächst als Bevollmächtigter des Vorstands und Leiter der Abteilung „Public Affairs“ in der Repräsentanz Berlin und seit 1.12.2014 als Leiter Zentralbereich Kommunikation in Essen tätig.

„Ja selbstverständlich! Zumindest sollte es eine sein, aber auch de facto ist Deutschland eine Einwanderungsgesellschaft, ganz sicher. Es hat noch nicht die richtigen Schlüsse daraus gezogen und wird sicherlich auch politisch noch eine Menge tun müssen, auch atmosphärisch für die autochthone Bevölkerung, um dieses Bewusstsein dafür zu schärfen und um Einwanderung auch zu erleichtern und gesellschaftlich akzeptabler zu machen. Aber Fakt ist: Deutschland wird ohne Einwanderung künftig wirtschaftlich gar nicht auskommen – auch gesellschaftlich, vor dem Hintergrund des demographischen Wandels.“

Peter Pohl, Chefredakteur der TV-Produktionsfirma *Westcom*, sieht Deutschland zwar grundsätzlich als Einwanderungsland, weist aber auch auf bestehende Probleme hin:

„Eine andere Frage ist, ob Einwanderung funktioniert und Migration in dem vollen Bedeutungssinn funktioniert, aber Fakt ist, dass Deutschland eine Einwanderungsgesellschaft ist.“

Eine überwiegend positive Einstellung hat Torsten Sandler vom *Sauerlandkurier*, der vor allem Chancen aus der deutschen ableitet:

„Wir sind schon längst ein Einwanderungsland, wo man sagen kann, dass sich die Bevölkerungsanteile durchmischt haben. Das ist unheimlich spannend auf der einen Seite, und ich denke, es ginge an der Realität vorbei zu sagen: Deutschland den Deutschen; also, die Zeiten sind vorbei. Wir sind ein herrlich buntes Land, in dem sich die Kulturen gegenseitig befruchten, beeinflussen und bereichern.“

Trotz der überwiegenden Zustimmung finden sich auch Befragte, die Deutschland nicht als Einwanderungsland verstehen. Für Tommy Bollmann, Chefredakteur bei *Antenne Niederrhein*, hat der Begriff „Zuwanderungsgesellschaft“ etwas „Überfallartiges“ und daher „Negatives“. Nach Wilhelm Klümper, stellvertretender Chefredakteur der *WAZ*, ist die Entwicklung noch nicht abgeschlossen: „Wir sind kein Einwanderungsland, sollten aber eins sein.“ Für Klümper verhindern bislang „restriktive Einwanderungskriterien“ die Transformation zu einer deutschen Einwanderungsgesellschaft.

Auch Rüdiger Schlund von *Radio Siegen* sieht noch keine deutsche Einwanderungsgesellschaft verwirklicht, beschreibt die Entwicklung dazu aber als alternativlos:

„Das ist sie noch nicht, muss sie aber schon aus rein demografischen Gründen werden. Wenn wir den Standard halten wollen – im Dienstleistungsbereich und der Industrie –, werden wir ohne eine geregelte Einwanderung nicht auskommen.“

Für Volker Stennei vom *Hellweger Anzeiger* in Unna trifft der Begriff der Einwanderungsgesellschaft auf „überhaupt keine Nation zu“. Er hält die Debatte insgesamt für problematisch:

„Weil wir damit gleich in eine Diskussion kommen, die eine große Schieflage ermöglicht, nämlich Grenzen festzulegen, bis wann ist man Einwanderungsland oder ab wann ist man kein Einwanderungsland. Und diese Diskussion halte ich für sehr gefährlich, weil sie sozialen Sprengstoff beinhaltet.“

Darüber hinaus will sich eine Minderheit nicht auf eine eindeutige Definition festlegen. Sascha Devigne von *Studio 47* hält die Debatte für eine „akademische Diskussion“ und stellt die Gegenfrage: „Was ist denn eine Einwanderungsgesellschaft?“. Für den Redaktionsleiter einer Tageszeitung aus dem Sauerland ist diese Frage „in ihrer Pauschalität nicht zu beantworten.“

Deutlich differenzierter als bei der Frage, *ob* es sich bei Deutschland um ein Einwanderungsland handelt, antworteten die Befragten auf die Frage, *seit wann* es eine deutsche Einwanderungsgesellschaft gebe. Hier dominieren zwei Zeiträume: Mehr als ein Drittel aller Befragten (36,1 %) sieht den Zeitraum zwischen 1950 und 1970 als Ursprung einer deutschen Einwanderungsgesellschaft. 15,8 Prozent legen die Spanne zwischen 1990 und heute fest. Noch eindeutiger werden die Präferenzen beim Blick auf alle gültigen Antworten: Unter den Redakteuren und Geschäftsführern, die diese Frage beantworteten, legten sich 50 Prozent auf den ersten und 21,4 Prozent auf den zweiten Zeitraum fest. Nur eine Minderheit aller Befragten verortet die Anfänge einer deutschen Einwanderungsgesellschaft vor 1950 (2,6 %) oder zwischen 1970 und 1990 (9,2 %).

Die beiden Kernzeiträume werden dabei von den Befragten teilweise mit der Einwanderung bestimmter ethnischer Gruppen verbunden. So assoziiert Christoph Pepper vom *Mindener Tageblatt* den Beginn der deutschen Einwanderungsgesellschaft im Zeitraum zwischen 1950 und 1970 mit „dem Moment, in dem das Land angefangen hat, im großen Maßstab ausländische Arbeitnehmer anzuwerben und hier, wie sich dann herausgestellt hat, auch anzusiedeln“:

„In vielen Fällen war die Ansiedlung zunächst ja eigentlich nicht geplant, und viele von den ganz früh angeworbenen ausländischen Arbeitnehmern, damals im Wesentlichen aus dem europäischen Raum, Italien, Portugal, eingeschränkt Jugoslawien, sind ja auch teilweise wieder nach Erfüllung ihrer Arbeitsverträge oder nach einer gewissen Zeit zurückgegangen. Aber andere sind eben dauerhaft geblieben, und spätestens mit dem Anwerben der türkischen Arbeitnehmer ist hier dann die Schwelle zum Einwanderungsland überschritten worden.“



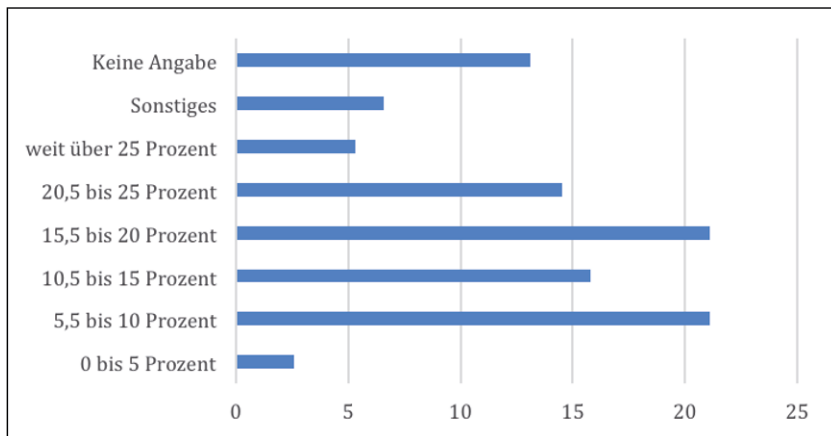
Für Peter Pohl von *Westcom* ist im gleichen Zeitraum das Anwerbeabkommen mit der Türkei ausschlaggebend: „Das kann man als ein mögliches Datum dafür nehmen, wobei andere – wenn man jetzt auf die Gastarbeiter schaut – auch schon ein bisschen früher als die Türken kamen, die Italiener waren etwas früher dran.“ Mit Peter Harke von der *Ahlener Zeitung*, Sascha Devigne von *Studio 47* sowie Stefan Aschauer-Hundt vom *Süderländer Tageblatt* verorten drei weitere Redakteure den Beginn der deutschen Einwanderungsgesellschaft mit dieser Begründung in ähnlichem Wortlaut in den 1960er Jahren.

Der zweite dominierende Zeitraum – von 1990 bis heute – wird von den Befragten weniger mit konkreten Gruppen in Verbindung gebracht. Während Georg Böer, Chefredakteur bei der Lippstädter Zeitung *Der Patriot*, „die letzten zehn Jahre“ als ausschlaggebend ansieht, verortet der verantwortliche Redakteur eines Anzeigenblatts den Anfangspunkt des Einwanderungslandes Deutschland „Mitte der 1990er des 20. Jahrhunderts“. Den meisten Befragten geht es dabei allerdings wie Torsten Sandler vom *Sauerland-Kurier*, der ebenfalls den Zeitraum der 1990er angibt – „ohne, dass ich das mit Zahlen belegen oder verifizieren könnte.“

Auch wenn es sich in vielen Fällen weniger um Analysen als um Einschätzungen handelt, verbindet ein Großteil der Befragten den Beginn der deutschen Einwanderungsgesellschaft – bewusst oder unbewusst – mit zwei größeren Migrationswellen in Deutschland: Dem Zuzug der Gastarbeiter vor allem aus der Türkei, Griechenland und Italien in den 1960er Jahren sowie der Einwanderung der sogenannten „Spätaussiedler“ in den 1990er Jahren nach dem Mauerfall. Lediglich in Einzelfällen wird die Immigration von polnischen Gastarbeitern aus Ostpreußen und Schlesien („Aussiedler“) zu einem früheren Zeitpunkt genannt.

Deutlich zurückhaltender äußerten sich die Befragten, bei der weiterführenden Frage nach dem Wissen um den *Migrantenanteil an der Gesamtbevölkerung* in Deutschland. Dieser liegt nach Angaben des Bundesamtes für Statistik bei etwa 19,2 Prozent (vgl. Statistisches Bundesamt 2011). Obwohl es sich bei den Befragten ausschließlich um Journalisten und Medienschaffende handelt, die mit derartigen Zahlen von Berufs wegen in Kontakt kommen, nannte nicht mal ein Viertel (21,1 %) die richtige Größenordnung von „zwischen 15,5 und 20 Prozent“ (vgl. Abb. 1). Dieses Ergebnis wird umso auffälliger, wenn man berücksichtigt, dass viele Befragte den Anteil lediglich schätzten, was die Unsicherheit im Umgang mit diesem Thema unterstreicht. Ein Blick auf die weitere Verteilung der Antworten kann zudem als Hinweis interpretiert werden, dass die grundlegende Problematik noch nicht bei der Mehrzahl der Medienhäuser angekommen ist: So wählen ebenfalls 21,1 Prozent der Interviewten den deutlich zu niedrigen Wert von „5,5 bis 10 Prozent“. Auch die falschen Größen „10,5 bis 15 Prozent“ (15,8 %) und „20,5 bis 25 Prozent“ (14,5 %)

kommen auf nennenswerte Anteile. Lediglich die Extremausprägungen „weniger als 5 Prozent“ (2,6 %) und „weit über 25 Prozent“ (5,6 %) werden selten angegeben.



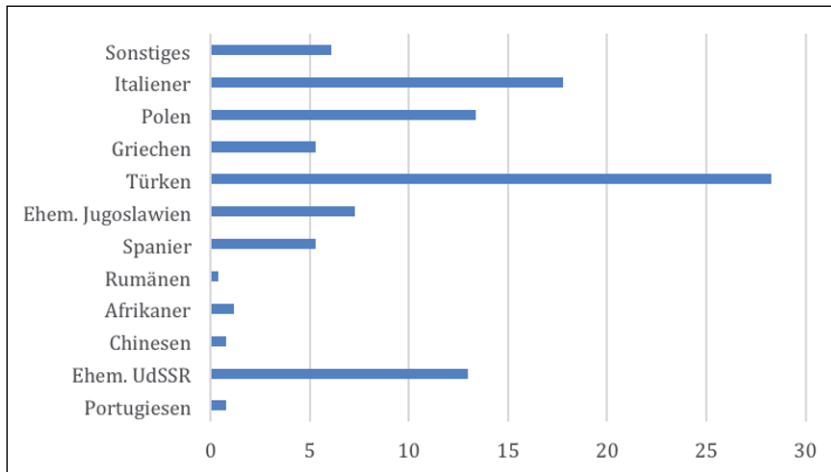
**Abb. 1** Schätzung des Migrantenanteils in Prozent

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt ist das Wissen über den aktuellen Migrantenanteil in Deutschland bei den befragten Redakteuren und Personalverantwortlichen von Medien aus Nordrhein-Westfalen eher schwach ausgeprägt und darüber hinaus mit großen Unsicherheiten verbunden.

Ambivalent stellt sich das Wissen der Befragten um die *größten ethnischen Gruppen in Deutschland* dar. Nach der ARD-Studie „Migranten und Medien 2011“ differenzieren sich die größten Migrantengruppen wie folgt: Während 19 Prozent der Menschen mit Migrationshintergrund ursprünglich aus den Ländern der ehemaligen UDSSR stammen, kommen 17 Prozent aus der Türkei, neun Prozent aus Polen, sechs Prozent aus dem ehemaligen Jugoslawien sowie fünf Prozent aus Italien und drei Prozent aus Griechenland (vgl. WDR 2011: 3). In den Interviews wurden die Befragten gebeten, die ihrer Einschätzung nach größten vier ethnischen Gruppen in Deutschland zu nennen (vgl. Abb. 2).

Die Ergebnisse zeigen: Während der Anteil von Türken, Jugoslawen, Griechen und Polen grundsätzlich recht realistisch eingeschätzt wird, werden die Anteile von Italienern und Gruppen aus den Ländern der ehemaligen UDSSR nicht korrekt eingeordnet: So wurden in 28,3 Prozent der Antworten Türken zu den vier größten



**Abb. 2** Schätzung ethnischer Gruppen in Deutschland in Prozent (n= 247)

Quelle: Eigene Darstellung

ethnischen Gruppen in Deutschland gezählt, Menschen aus der ehemaligen UDSSR jedoch lediglich in 13 Prozent. In der Realität stellen die Türken nur die zweitgrößte, die Angehörigen der früheren russischen Föderation hingegen die größte Gruppe dar. Überschätzt wird die Rolle der Italiener, die 17,8 Prozent der Befragten zu den größten Gruppen zählen, während sie im Vergleich zu Polen und Jugoslawen, die mit 13,4 bzw. 7,3 Prozent weniger einflussreich bewertet werden, in der Realität nur eine Minderheit darstellen. Die Tatsache, dass viele Befragte die Gruppe der Italiener überschätzen, könnte damit zusammenhängen, dass die überwiegende Zahl der Interviewten den Zeitraum von 1950 bis 1970 als Beginn der deutschen Einwanderungsgesellschaft angibt und dies insbesondere mit dem Zuzug von Türken und eben Italienern erklärt. Diese These lässt sich auch auf die Unterrepräsentanz von Bürgern aus der ehemaligen UDSSR beziehen: Zwar gibt eine nennenswerte Anzahl von Befragten den Zeitraum von 1990 bis heute als maßgeblich für die deutsche Einwanderungsgesellschaft an, jedoch sind es deutlich weniger als jene, die den ersten Zeitraum um die 1960er Jahre nennen, so dass die Dominanz der Türken und Italiener gegenüber den „Spätaussiedlern“ erklärbar wird.

Insgesamt gibt es auch bei der Einschätzung der größten ethnischen Gruppen in Deutschland unter den Befragten Wissenslücken. Zwar sieht eine überwiegende Mehrheit der befragten Redakteure und Personalverantwortlichen Deutschland als

Einwanderungsland und verortet den Beginn dieser Entwicklung in den Zeiträumen zwischen 1950 und 1970 sowie zwischen 1990 und heute, aber nur eine Minderheit vermag den Anteil der Migranten an der deutschen Gesamtbevölkerung richtig anzugeben oder schätzt die Bedeutung der verschiedenen ethnischen Gruppen korrekt ein. Diese Ergebnisse lassen vermuten, dass das übergeordnete Thema in den Redaktionen der Medienunternehmen noch nicht angekommen ist und die daraus entstehenden Probleme und Ungleichgewichte in den Medien von einer Mehrheit der Verantwortlichen nicht als solche wahrgenommen werden. Diese These soll im Folgenden weiter ausdifferenziert und anhand von Fragen zur Bedeutung der Migration für den Journalismus überprüft werden.

### **2.2.2 Einstellungen zur Bedeutung der Migration für den Journalismus**

In diesem Kapitel geht es um das Wissen und die Einstellung der befragten Redakteure und Personalverantwortlichen in Bezug auf den Nationalen Integrationsplan sowie auf den Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund im Journalismus.

Der Nationale Integrationsplan, der nach 2007 in einer aktualisierten Fassung 2012 erneut von der Bundesregierung aufgestellt wurde, sieht die Medien als wichtigen Faktor im Prozess der Integration von ethnischen Minderheiten in Deutschland. Er nimmt die Medien auf unterschiedliche Weise in die Pflicht, einen Beitrag für die Integration zu leisten (vgl. Bundesregierung 2012: 157ff.): So wirbt der Nationale Integrationsplan um eine „Programmplanung und Berichterstattung, die kulturelle Vielfalt als Normalität im Programm abbildet“ (ebd.: 157) und regt die Förderung von Medienkompetenz bei Migranten und spezifischen medialen Angeboten für Zielgruppen mit Migrationshintergrund an (vgl. ebd.: 157f.). Insbesondere werden Empfehlungen formuliert, die auf eine Ausbildung und Einstellung von Menschen mit Migrationshintergrund in den Medien hinwirken. So sollen verstärkt Medienschaffende mit Migrationshintergrund ausgebildet werden:

„Redaktionspersonal, das Migrations- und Integrationsthemen nicht nur vom Hörensagen, sondern aus der eigenen Biographie heraus kennt, ist zur kompetenten, hintergründigen und schnellen Aufarbeitung von Integrationsthemen unerlässlich. Die Arbeitsgruppe hält daher Maßnahmen und neue Wege zur Verbesserung und Verstärkung der Ausbildung von Journalisten und Medienschaffenden mit Migrationshintergrund für erforderlich. Die Medienunternehmen sollten diese durch Praktikums- und Trainee-Stellen unterstützen. Um die bei Menschen mit Migrationshintergrund vorhandenen Ressourcen für Berufe im Bereich der Medien zu erschließen und auszuschöpfen, müssen auch Ausbildungswege jenseits der üblichen Bildungs- und Ausbildungsstrukturen ermöglicht werden.“ (Die Bundesregierung 2012: 159f.)

Darüber hinaus sollen Medienunternehmen auch vermehrt Journalisten mit Migrationshintergrund einstellen:

„Langfristiges Ziel der Personalpolitik in den Medien soll sein, sich einer adäquaten Zusammensetzung insbesondere des Redaktionspersonals anzunähern. Die elektronischen Medien sollten ihre Anstrengungen intensivieren, Migrantinnen und Migranten hinter dem Mikrofon und auf dem Bildschirm in ihre Produktion einzubeziehen und sie als Moderatorinnen und Moderatoren sowie Darstellerinnen und Darsteller in Filmen und Serien einzusetzen.“ (Die Bundesregierung 2012: 159)

Inwieweit diese Forderungen der Politik bereits in den Medienunternehmen sowie bei ihren leitenden Redakteuren und Personalverantwortlichen angekommen sind, soll die Auswertung des Fragenkomplexes rund um den Nationalen Integrationsplan zeigen, der nur in den persönlichen oder telefonischen Interviews, nicht im Onlinefragebogen enthalten war.

Die erste Frage zielte auf die *grundsätzliche Bekanntheit des Nationalen Integrationsplans*. Dabei ist die Verteilung eindeutig: Während ein Viertel der Befragten (26,9 %) keine Angabe machte, gaben je mehr als ein Drittel (36,6 %) an, den Integrationsplan entweder zu kennen oder nicht zu kennen. Mit Blick auf die gültigen Antworten gibt die eine Hälfte der Befragten (46,9 %) an, dass ihnen der Nationale Integrationsplan bekannt ist, während er der anderen Hälfte (46,9 %) unbekannt ist. So gab Thomas Reunert vom IKZ eine durchaus treffende Beschreibung des Integrationsplans:

„Ich meine, dass es sich dabei um die Verabredung auf Bundesebene handelt, das Thema Integration eben in diesen unterschiedlichen politisch relevanten Bereichen permanent mit einzubauen und permanent zu verfolgen.“

Auch Günter Benning von den *Westfälischen Nachrichten* umreißt die zentralen Punkte des Integrationsplans:

„Ich schätze, es steht die Willenserklärung drin, Migranten als Konsumenten stärker in den Blick zu nehmen, Menschen mit Migrationshintergrund stärker in die eigenen Reihen aufzunehmen, um den Blick für diese Themen zu schärfen und vielleicht einen offeneren Blick für multikulturelle Themen zu haben, der häufig einfach fehlt – vielleicht auch die negative Sichtweise ein bisschen abzustellen, die uns heute so prägt.“

Zahlreiche Antworten fielen jedoch aus wie die folgende eines leitenden Redakteurs aus dem Ruhrgebiet: „Der Name sagt mir was, aber ihn mit Inhalt zu füllen, fiel mir jetzt sehr schwer.“

Schon bei der zweiten Frage, nach *konkreten Inhalten des Nationalen Integrationsplans* verschieben sich die Verhältnisse: Nur jeder Zehnte (9,8 %) kann demnach konkrete Inhalte des Integrationsplans nennen, während ein knappes Drittel (31,7 %) dies nicht kann. Mit 58,5 Prozent macht die überwiegende Mehrheit keine Angaben zu dieser Frage. In Anbetracht der Tatsache, dass es sich bei den meisten Befragten um leitende Redakteure und Personalverantwortliche von Medienunternehmen handelt, also um direkte Adressaten der politischen Forderungen, ist die weit verbreitete Unkenntnis über den Nationalen Integrationsplan bemerkenswert.

Die dritte Frage nach medienspezifischen Inhalten wirft jedoch ein etwas positiveres Licht auf die Befragten: 19,4 Prozent haben eine allgemeine Vermutung zu medienspezifischen Inhalten des Integrationsplans, 9,8 Prozent vermuten eine Quotenregelung für Migranten. Darüber hinaus sind 14,6 Prozent in der Lage, konkrete Forderungen an die Medien zu benennen. Damit äußert knapp die Hälfte (43,8 %) der Interviewten auf Nachfrage zumindest Vermutungen über mögliche medienspezifische Inhalte.

Stefan Aschauer-Hundt vom *Süderländer Tageblatt* kann sich hingegen nicht vorstellen, dass die Forderungen nach mehr Migranten im Journalismus auch an Privatunternehmen wie Zeitungshäuser gerichtet werden:

„Im Prinzip kann das ja nur für die öffentlich-rechtlichen Anstalten gelten, dass man in diese integriert bzw. versucht, Menschen mit Migrationsgeschichte dort einzubringen. Die Presse als solche, die Printpresse, ist ja privatwirtschaftlich organisiert. Da kann man nur anregen, auch Menschen mit Zuwanderungsgeschichte einzustellen.“

Andreas Schwann von *BergTV*, einem lokalen TV-Sender im Bergischen Land, kann die medienspezifischen Inhalte des Nationalen Integrationsplans nicht nur nennen, sondern unterstützt sie auch:

„Ich denke mal, dass es das ist, was ich schon vor 15 Jahren gesagt habe: Es müssen mehr Menschen aus diesen nicht nur ethnischen, sondern auch aus diesen gesellschaftlichen Randgruppen in den Journalismus eingebracht werden, bzw. sie müssen ausgebildet werden.“

Das Thema einer Quotierung von Journalisten mit Migrationshintergrund, die der Nationale Integrationsplan mit zehn Prozent angibt, wird von nahezu allen Befragten kritisch gesehen oder abgelehnt. So will sich Rüdiger Schlund von *Radio Siegen* auf das Talent der Bewerber statt auf eine Quote verlassen:

„Es funktioniert nicht – ähnlich, wie man jetzt die Frauenquote in Managerposten diskutiert – das funktioniert nicht. Das sind auch nicht die Mechanismen, dass man irgendwas verordnen kann. Also, wir selber haben hier überhaupt keinen Mechanis-

mus, der irgendwie nach Herkunft trennt. Mir geht es da ausschließlich nach dem, wie sich die Bewerber im Vorstellungsgespräch anstellen. Und welche Einschätzung wir haben, inwieweit sie für den Beruf talentiert sind.“

Ulrich von Schoenebeck, Verlagsleiter von *Prewest*, sieht in der journalistischen Realität keinen Grund für eine zehnprozentige Quote zugunsten von Migranten und begründet diese Einstellung unter anderem mit dem Fehlen eines von Migration geprägten Publikums:

„Wir nehmen mal das Handelsblatt. Nennen Sie mir mal ein paar Gründe, warum dort die Quote aus der Migrantenszene zehn Prozent der Journalisten betragen soll, die bei einem solchen Blatt beschäftigt werden. Gibt es dafür einen Grund? Nicht einen einzigen. Nennen Sie mir die FAZ. Die Welt. Also mit anderen Worten die überregionalen Zeitungen – und warum sind die zehn Prozent dort gar nicht sinnvoll? Weil es kein Publikum gibt. Es gibt ja nicht mal zehn Prozent der Leser, die aus dieser Szene kommen.“

Christoph Pepper vom *Mindener Tageblatt* spricht sich ebenfalls vehement gegen eine Quotierung aus, sieht die Schuld für die fehlenden Journalisten mit Migrationshintergrund aber nicht bei den Medienunternehmen, sondern bei den fehlenden Bewerbern:

„Ich bin kein Freund von Quoten, ich halte administrative Regelungen immer für Krücken. Das eine Prozent der Journalisten mit Migrationshintergrund in den Printmedien hängt auch nicht mit dem bösen Willen der Medien zusammen. Ich glaube, dass der überwiegende Teil meiner Kollegen beispielsweise in Chefredaktionen von Zeitungen das Thema ganz genauso beurteilt wie ich. Das liegt nicht am mangelnden Willen der Verlage, in dem Fall der Zeitungsverlage, sondern es gibt keine! Es bewerben sich auch keine.“

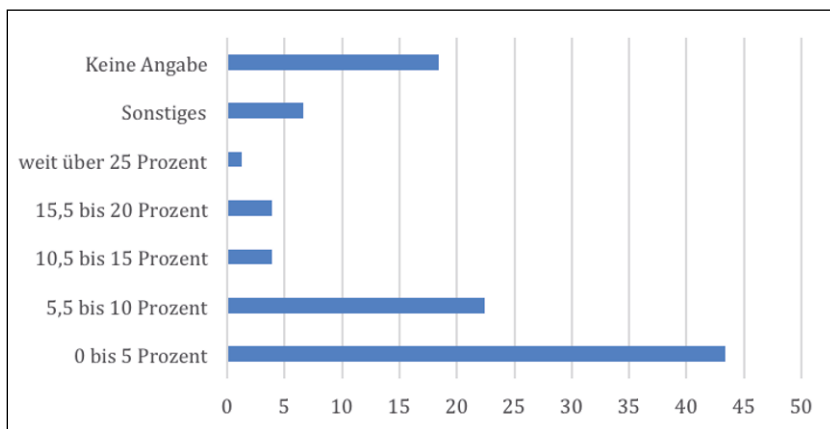
50,6 Prozent der Befragten machten allerdings gar keine Angabe, während lediglich 4,9 Prozent keinerlei inhaltliche Vermutungen anstellen wollten.

In Bezug auf den Nationalen Integrationsplan bedeuten die Ergebnisse, dass dieser nur einer Minderheit der Befragten grundsätzlich bekannt ist. Die Zahl derjenigen, die allgemeine Inhalte nennen können, fällt anschließend auf ein noch niedrigeres Niveau, während die Zahl derjenigen, die medienspezifische Forderungen zumindest vermuten oder sogar aufzählen können, wieder steigt. Daraus ergibt sich, dass die meisten Befragten zunächst wenig mit dem Nationalen Integrationsplan anfangen können, Inhalte aber zumindest teilweise bekannt sind – auch wenn diese Forderungen nur selten konkret mit dem Begriff des Integrationsplans verbunden werden.

In einem direkten Zusammenhang mit der Frage nach dem Migrantenanteil an der deutschen Bevölkerung (vgl. Kapitel 2.2.1) steht die Frage nach dem *Migran-*

*tenanteil unter den deutschen Journalisten*, die direkt zum Kernproblem und damit zur übergeordneten Forschungsfrage führt. Schätzungen zufolge haben lediglich zwei bis drei Prozent der Journalisten in Deutschland einen Migrationshintergrund (vgl. Lofink 2011: 7), wobei Printmedien offenbar weniger Migranten beschäftigen als Rundfunksender (vgl. Pöttker 2010: 2).

Während die Befragten über den Gesamtanteil der Migranten in Deutschland eher schlecht informiert sind, schätzen sie den Anteil von Journalisten mit Migrationshintergrund überwiegend richtig ein (vgl. Abb. 3): Knapp die Hälfte aller Interviewten (43,4 %) beziffert den Anteil von Migranten im Journalismus realistisch „zwischen 0 und 5 Prozent“. Damit liegt der Anteil der richtigen Antworten bei dieser speziell auf die Medien zugeschnittenen Frage mehr als doppelt so hoch wie bei der Frage nach dem Anteil von Migranten an der Gesamtbevölkerung. Darüber hinaus geben 22,4 Prozent der Befragten den leicht zu hohen Wert „zwischen 5,5 und 10 Prozent“ an. Höhere Werte wie „10,5 bis 15 Prozent“ (3,9 %), „15,5 bis 20 Prozent“ (3,9 %) oder „25 Prozent und mehr“ (1,3 %) geben nur sehr wenige Befragte an.



**Abb. 3** Schätzung des Migrantenanteils im Journalismus in Prozent (n= 76)

Quelle: Eigene Darstellung

In Bezug auf die Bedeutung von Migranten für den Journalismus ergibt sich mit Blick auf die Ergebnisse ein ambivalentes Bild: Zwar ist der Nationale Integrationsplan als solcher den wenigsten leitenden Redakteuren und Personalverantwortlichen bekannt, jedoch vermutet eine nennenswerte Anzahl der Interviewten auf Nach-



frage zumindest medienspezifische Inhalte oder kann sogar konkrete Forderungen nennen. Eine Quote zur Förderung von Journalisten mit Migrationshintergrund wird jedoch durchgängig abgelehnt – obwohl dem überwiegenden Teil der Befragten die Unterrepräsentiertheit von Migranten in deutschen Redaktionen bekannt ist. Ob die Befragten darin und im Unterschied zu den deutlich höheren Anteilen von Migranten an der Gesamtbevölkerung ein Missverhältnis oder gar Probleme für den Journalismus sehen, soll im Folgenden analysiert werden.

### 2.2.3 Einschätzungen zur Realität von Migranten in Redaktionen

In diesem Kapitel stehen die Einschätzungen zur Angemessenheit des Migrantenanteils in journalistischen Redaktionen sowie zum Ansehen des Journalistenberufs im Fokus der Betrachtung.

Unabhängig von den Einschätzungen der Befragten besteht in Deutschland eine große Differenz zwischen dem Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund an der Gesamtbevölkerung (19,2 %) und dem Anteil von Journalisten mit Migrationshintergrund an der Gesamtheit der Journalisten (ein bis drei Prozent). Auf die daraus resultierende Frage nach der *Angemessenheit des Migrantenanteils im Journalismus* haben die Befragten eine weitgehend einheitliche Meinung (vgl. Abb. 4). Stellvertretend für viele Kollegen formulierte der stellvertretende Chefredakteur der *Westfälischen Rundschau*, Frank Fligge<sup>9</sup>:

„Angemessen ist das sicherlich nicht. Ich meine, in diesen Berufen sollte sich sicherlich der Querschnitt der Gesellschaft widerspiegeln.“

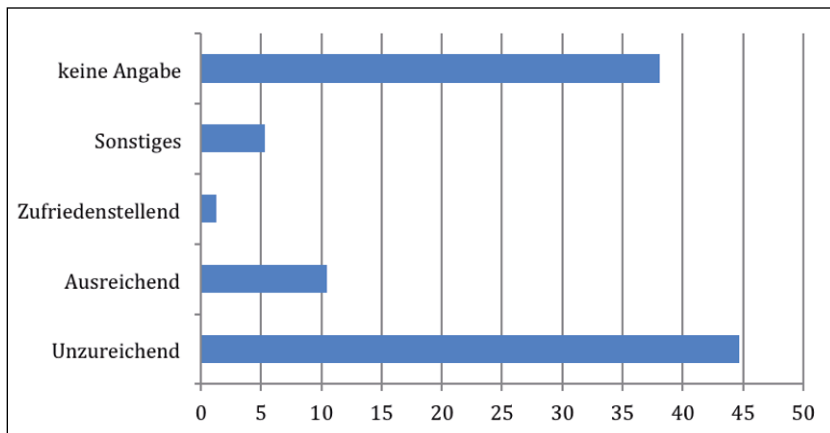
Mit Blick auf die absoluten Zahlen wird deutlich, dass die meisten Befragten die derzeitige Situation durchaus als Missstand begreifen.

Nahezu die Hälfte aller Befragten (44,7 %) bewertet den aktuellen Anteil von Migranten im Journalismus als „unzureichend“. Nur eine verschwindend kleine Minderheit von 1,3 Prozent hält das Verhältnis für „zufriedenstellend“, während 10,5 Prozent der Befragten die Situation nicht als Missstand, sondern als „ausreichend“ bezeichnen. Auffällig ist der mit 38,1 Prozent hohe Anteil der Befragten, der keine

---

9 Frank Fligge war von 12/2008 bis 7/2012 stellv. Chefredakteur der Westfälischen Rundschau und von 8/2012 bis 6/2015 in der Verlagsgeschäftsführung NRW – Redaktionelles Qualitätsmanagement/Produktentwicklung tätig.

Antwort zu dieser Frage gab, was den Verdacht erhärtet, dass es sich hierbei um ein heikles Thema aus der Sicht vieler Medienunternehmen handelt.



**Abb. 4** Angenommene Angemessenheit des Migrantenanteils in Prozent (n= 76)

Quelle: Eigene Darstellung

Auf der einen Seite stehen die Befragten, die in dem aktuellen Missverhältnis ein Problem sehen: Stefan Aschauer-Hundt vom *Süderländer Tageblatt* bezeichnet den Anteil von Migranten ebenso als „zu wenig“ wie auch Heidrun Barbie vom *Clips-Verlag* oder Tommy Bollmann von *Antenne Niederrhein*. Stefan Nottmeier von *Antenne Münster* leitet daraus die Forderung nach mehr Migranten in den Redaktionen ab:

„Es sollte allein deswegen geändert werden, weil der Gesamtanteil an Menschen mit Migrationshintergrund ja viel größer ist als der, der in den Medien vertreten ist.“

Peter Widlok, Sprecher der *Landesanstalt für Medien* (LfM) in Nordrhein-Westfalen nennt die Zahlen „blamabel schlecht“ und fordert eine Steigerung des Migrantenanteils im Journalismus nicht nur aus gesellschaftlicher, sondern ebenfalls aus ökonomischer Perspektive:

„Ich glaube, dass es im Vergleich zu der Anzahl der Bevölkerung einfach viel zu wenig Journalisten und Journalistinnen gibt mit diesem Hintergrund. Und dann braucht es ja nicht nur eine soziale Erwünschtheit, sondern eben auch eine wirtschaftliche, die Redaktionen und Verlage und Unternehmen dazu bringt, den Anteil zu erhöhen.“

Eine ähnliche Meinung vertritt Günter Benning von den *Westfälischen Nachrichten*:

„Aus purem Eigeninteresse sollte dafür gesorgt werden, dass Migranten angemessen an der Gesellschaft beteiligt werden. Und angemessen beteiligt heißt vor allen Dingen, auch in den Bereichen, in denen mit Worten Meinung gemacht und Bewusstsein geprägt wird. Da ist das ganz besonders wichtig.“

Für Peter Harke von der *Ahlener Zeitung* muss der Migrantenanteil zwar keine festgelegte Quote erfüllen, sollte aber schon im Eigeninteresse von Medienunternehmen erhöht werden:

„Es muss nicht genau proportional sein. Auf jeden Fall denke ich schon, dass die Migranten auch im Journalismus stärker vertreten sein müssten, um auch die Probleme der Migranten besser darstellen zu können. Für die sie natürlich ein ganz anderes Verständnis haben.“

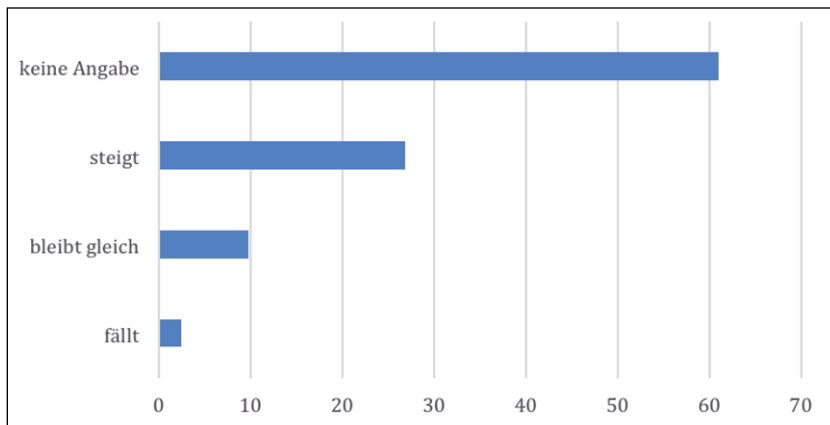
Nur wenige Befragte geben offen zu, dass sie den verhältnismäßig niedrigen Anteil von Migranten in den Redaktionen bereits für „zufriedenstellend“ halten – beispielsweise Volker Stennei vom *Hellweger Anzeiger*, der auf die Frage, ob er ein Missverhältnis sehe, mit einem klaren Nein antwortete. Andere – wie der Geschäftsführer eines Nachrichtensenders – verweisen auf eine niedrigere Akademikerquote bei Migranten, die das aktuelle Verhältnis relativiere:

„Wenn Sie es ein bisschen eingrenzen und sagen, möglicherweise ist die Zahl der Hochschulabsolventen, also der Anteil der Hochschulabsolventen mit Migrationshintergrund, letztlich vielleicht nicht bei zwanzig sondern bei fünfzehn Prozent, dann sieht die Zahl schon anders aus.“

Die hohe Zahl der Befragten, die sich nicht zu einer Angemessenheit des Migrantenanteils im Journalismus äußerten, spricht aber dafür, dass vielen Medienvertretern das Thema unangenehm ist. Gleichzeitig könnte der relativ hohe Anteil der Interviewten, die in der aktuellen Situation ein Missverhältnis sehen, auch durch den Faktor der sozialen Erwünschtheit verzerrt sein.

Bei der Prognose, wie sich der Anteil von Journalisten mit Migrationshintergrund in deutschen Medien in absehbarer Zeit entwickelt, glaubten viele der telefonisch oder persönlich Befragten an eine Steigerung (vgl. Abb. 5). Während mehr als die Hälfte (61 %) auch zu dieser Frage keine Stellung bezog, sagte immerhin mehr als ein Viertel (26,8 %) einen Anstieg der Migranten in den Redaktionen voraus. Unter den Befragten, die auf die Frage antworteten, stellt diese Gruppe mit 57,9 Prozent die Mehrheit. Nur eine Minderheit aller Befragten geht davon aus, dass der Anteil

der Journalisten mit Migrationshintergrund in den nächsten Jahren fällt (2,4 %) oder gleich bleibt (9,8 %).



**Abb. 5** Prognose zur Entwicklung des Migrantenanteils in Prozent (n= 41)

Quelle: Eigene Darstellung

Die überwiegend optimistische Sicht der Befragten auf die zukünftige Entwicklung des Anteils von Migranten in deutschen Medien zeigt sich auch in den einzelnen Interviews. So prognostiziert Hans J. M. Manteuffel vom *vid* (Vereinigte Informationsdienste) „zwangsläufig“ bessere Berufsperspektiven für Journalisten mit Migrationshintergrund vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung. Veye Tatah von *Africa Positive* prognostiziert einen stetigen Rückgang von Bewerberinnen, der langfristig dazu führe, dass deutsche Medienunternehmen zukünftig verstärkt auf Journalisten zurückgreifen müssten, die sie als weniger qualifiziert ansehen – beispielsweise Migranten. Auch Ulrich von Schoenebeck vom *Prewest-Verlag* ist für die Zukunft optimistisch, äußert sich zugleich aber auch kritisch über die aktuelle Situation von Migranten im Journalismus:

„Die werden ihren Platz finden, das glaube ich. Es gibt natürlich Diskriminierung, da brauchen wir uns gar nichts vorzumachen.“

Christoph Pepper vom *Mindener Tageblatt* sieht ebenfalls eine Verbesserung der Perspektiven für Migranten im Journalismus und leitet daraus Vorteile für alle Beteiligten ab:

„Ich glaube, dass Journalisten mit Migrationshintergrund, freie Mitarbeiter mit Migrationshintergrund eine große Chance für die Medien bedeuten – eine große Chance für die Gesellschaft, und aber auch eine große Chance für die Migranten-gruppen selbst. Und deswegen müssten eigentlich alle Beteiligten großes Interesse daran haben, auf dem Gebiet größere Fortschritte zu machen, als wir momentan leider da konstatieren können.“

Auch Peter Widlok von der *LfM* beschreibt die stärkere Einbindung von Journalisten mit Migrationshintergrund in Deutschland als notwendig, sieht die Verantwortung dafür aber insbesondere bei den Medienunternehmen:

„Ich glaube, die Medien müssten sich insgesamt stärker öffnen für Menschen, die wie gesagt beide Hintergründe haben, sprachlich und kulturell.“

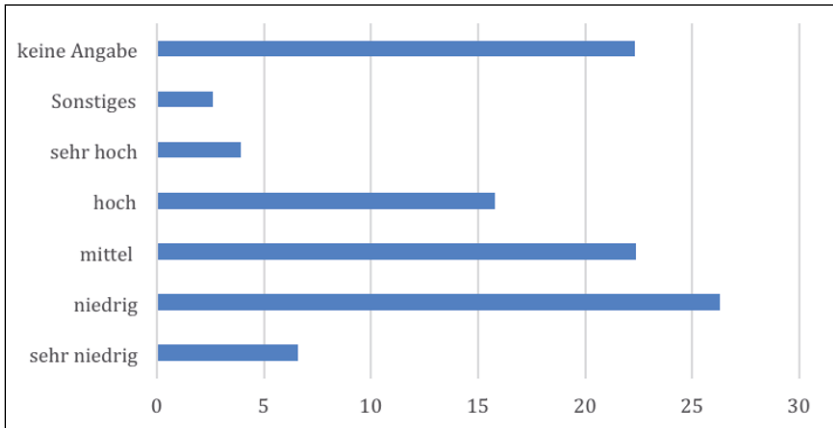
Trotz der überwiegend positiven Prognosen für die Entwicklung des Migrantenanteils in den deutschen Medien, wird in vielen Interviews deutlich, dass die Medienvertreter keine konkreten Maßnahmen zu ihrer Förderung wünschen. Alle Interviewten, die auf eine eventuelle Quotierung angesprochen wurden, äußern sich ablehnend (vgl. Kap. 2.2.2). Thomas Reunert vom *IKZ* hofft, „dass sich viele Probleme auch durch eine gewisse Natürlichkeit in eine Selbstverständlichkeit überführen lassen“ und lehnt „von außen aufgesetzte Konzepte“ ab. Stellvertretend für die überwiegende Mehrheit der Befragten äußerte sich ein Redaktionsleiter aus dem Sauerland: „Veränderungen anstreben ist immer gut, wenn sich Veränderungen von selbst einstellen, ist es noch besser.“

Die Haltung der meisten befragten leitenden Redakteure und Personalverantwortlichen folgt dem Tenor: Mehr Migranten gerne, aber nicht über eine Quotenregelung. Diese Einstellung spricht dafür, dass die aktuelle Situation der Migranten in den Medien von diesen letztlich nicht als Missstand begriffen wird, den es aktiv abzubauen gilt. Grundsätzlich sehen sich jedenfalls nur wenige Medienvertreter in der Verantwortung, für bessere Rahmenbedingungen zu sorgen oder sich verstärkt um Journalisten mit Migrationshintergrund zu bemühen.

Da zur Erklärung (oder zur Rechtfertigung) der wenigen Migranten im Journalismus von vielen Befragten auch die niedrigen Bewerberzahlen von Journalisten mit Migrationshintergrund genannt wurden, gilt es, in diesem Zusammenhang auch die Selbsteinschätzung des journalistischen Berufs zu untersuchen. Schätzen Medienschaffende ihren Beruf selbst als wenig attraktiv ein, würde das aus ihrer Sicht erklären, warum sich nur wenige Migranten auf journalistische Stellen bewerben.

Insgesamt ist die Perspektive der befragten Journalisten und Geschäftsführer auf den journalistischen Beruf ambivalent (vgl. Abb. 6): Während 22,4 Prozent das Ansehen des Journalistenberufs als „mittel“ beschreiben, wird dies nicht mal

von jedem Fünften (19,7 %) als „hoch“ oder gar „sehr hoch“ eingeschätzt. Auf der anderen Seite sieht ein Drittel der Befragten (32,9 %) das Ansehen ihres Berufs als „niedrig“ oder „sehr niedrig“ an.



**Abb. 6** Einschätzung des Ansehens des Journalistenberufs in Prozent (n= 76)

Quelle: Eigene Darstellung

Diese Verteilung spricht eher für eine pessimistisch-realistische Sicht auf den Journalistenberuf als für eine optimistische, was die niedrigen Bewerberzahlen aus Sicht der Medienunternehmen mit einer geringen Attraktivität des eigenen Jobprofils erklären könnte. So urteilt Karl-Heinz Müller vom *Bauverlag*:

„Von der Binnenbetrachtung, also von dem, wie ich den Beruf seit vielen Jahrzehnten begleite, hat der Beruf an Bedeutung verloren. (...) Der andere Punkt ist der von der Außensicht her: Ich glaube, dass die wirtschaftliche Problematik der Medienbranche auch an der Bevölkerung beziehungsweise an den Leuten, die sich für so etwas interessieren, nicht spurlos vorübergegangen ist. Und damit hat die Attraktivität dieses Berufsfeldes nachgelassen (...) Machen wir uns nichts vor, wer heute in den Beruf einsteigt, der weiß, dass da heute nicht mehr viel zu reißen ist.“

Auch Christoph Pepper vom *Mindener Tageblatt* sieht das Ansehen des Journalistenberufs eher pessimistisch:

„In unserer Gesellschaft tauchen Journalisten ja regelmäßig ziemlich weit unten in der Ansehensskala auf.“

Für Peter Widlok von der *LfM* haben andere Berufe als der Journalismus aktuell eine größere Attraktivität für junge Menschen und vor allem deren Eltern, die die Berufsentscheidung mit beeinflussen:

„In vielen Haushalten gibt es die Einschätzung, dass die Geisteswissenschaften oder Sozialwissenschaften insgesamt eher nicht so hoch im Kurs stehen wie zum Beispiel klassische Technik-, Ingenieurs- und andere Diplomstudiengänge. Also so nach dem Motto: Junge, lern‘ was Richtiges und nicht irgendwie so etwas Komisches wie Journalismus.“

Insbesondere in der Wahrnehmung von Migranten schätzen zahlreiche Befragte den Journalismus als wenig attraktiv ein. So vermutet Tommy Bollmann von *Antenne Niederrhein*, dass gerade Migranten eher zu Berufen wie Arzt und Ingenieur und weniger zum Journalismus tendieren würden. Martin Knabenreich von *Radio Bielefeld* sieht dabei einen großen Einfluss der Eltern und glaubt, „dass da die erste Generation noch ein Wörtchen mitspricht und sich anschaut, ist das ein handfester Beruf. Ich glaube, dass in Abwägung ein türkischer kluger Junge besser beraten ist, Diplomingenieur zu werden als Journalist.“

Die mangelnde Attraktivität des Journalismus für Migranten begründen einige Befragte auch mit dem fehlenden Interesse an deutschen Medien. Rüdiger Oppers von der *NRZ* betont eine Medienferne insbesondere bei türkischen Einwanderern:

„Die lesen dann selten deutsche Zeitungen. Vielleicht mal eine Lokalzeitung, wenn sie sich sehr für ihre Umgebung interessieren. Deshalb hab ich eher Zweifel. (...) Der klassische Journalist also, der Lokaljournalist oder der politische Journalist, ist sicherlich nur in der politisch interessierten Klasse auch ein hoch angesehener Beruf.“

Stefan Aschauer-Hundt vom *Süderländer Tageblatt* sieht darin auch die niedrigen Bewerberzahlen von Menschen mit Migrationshintergrund auf journalistische Stellen begründet:

„Ein türkischer Schüler wird zu Hause keine Zeitung aus Plettenberg vorfinden, sondern Hürriyet. Weil das so ist, wird sich möglicherweise der türkische Schüler nicht bei uns als Schülerpraktikant bewerben.“

Für Michael Klehm vom *Deutschen Journalistenverband (DJV)* liegt die mangelnde Popularität des Journalistenberufs bei Migranten an fehlenden Vorbildern, „Leuchttürmen, die positiv hervorstechen.“ Brigitte Baetz von den *Freischreibern* betont, dass insbesondere die gestiegene Freiberuflichkeit im Journalismus Migranten abschrecken könnte:

„Ich glaube, dass es einfach viele Migranten gibt, die diese Freiberuflichkeit scheuen, weil sie eben wissen, dass man soziale Sicherheit damit nicht unbedingt gewinnen kann. (...) Migranten kommen da aus einer anderen Kultur, wo das eben wichtig ist, wo ich weiß als Mann oder eben auch als Frau, ich möchte meine Familie versorgen können, dann ist Journalismus mittlerweile ein Risikoberuf geworden. Das ist eben ein Beruf mit nicht mehr so viel Sozialprestige, und wenn ich aus so einer klassischen Familie komme, dann werde ich vielleicht eher Arzt, oder ich werde Rechtsanwalt oder Ingenieur. Das ist halt dieses klassische Trio.“

Für Torsten Sandler vom *Sauerlandkurier* tragen die Medien eine gehörige Mitschuld an einem eventuell negativen Journalistenbild bei Migranten:

„Migranten haben vielleicht deswegen ein negatives Image von Zeitungen, weil diese zum Teil Probleme zwischen Migranten und Urbevölkerung in einer nicht angemessenen Art und Weise hochspielen.“

Christoph Pepper vom *Mindener Tageblatt* will diese Bedenken nicht gelten lassen:

„Warum entscheidet sich jemand für den Beruf des Journalisten? Er hat Interesse an Sprache, er hat Interesse an Menschen, er hat Interesse am Schreiben. Da kann ich eigentlich nicht so richtig sehen, warum sich das in anderen kulturellen Umfeldern unterscheiden sollte. Wenn jemand diese Interessen entwickelt, dann ist eigentlich auch der Migrationshintergrund egal, ob aus der ehemaligen Sowjetunion oder aus der Türkei oder sonst wo. Dann müsste ihm eigentlich dieser Beruf eine gewisse Perspektive bieten.“

Insgesamt sind die Befunde der Befragung in Bezug auf das Ansehen des Journalismus aber eindeutig: Ein Großteil der Befragten sieht einen Popularitätsverlust des Journalistenberufs, dessen Attraktivität auf Migranten noch niedriger eingeschätzt wird. Dafür werden zahlreiche Gründe angeführt: Größeres Sicherheitsdenken oder Medienferne bei den Migranten, aber auch eine negative Darstellung von Menschen mit Migrationshintergrund in den Medien.

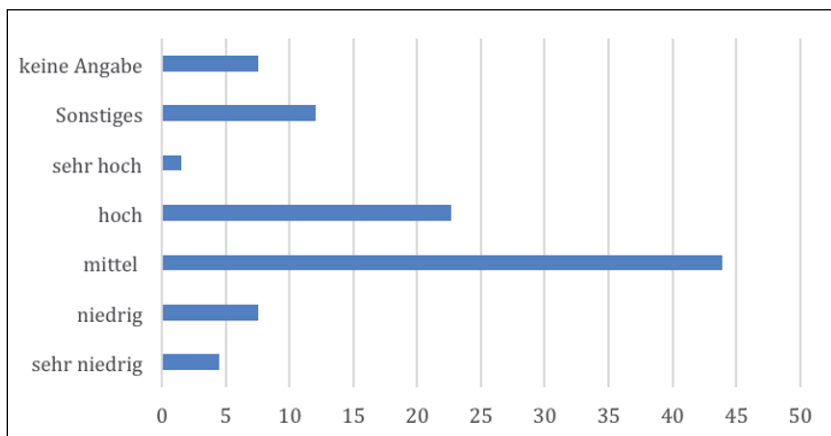
Zusammenfassend lässt sich sagen, dass eine Mehrheit der Befragten den aktuellen Anteil von Journalisten mit Migrationshintergrund als zu niedrig ansieht, aber eine positive Entwicklung prognostiziert. Diese soll allerdings nicht von einer Quotierung vorangetrieben werden. Zugleich verweisen zahlreiche Befragte auf mangelnde Bewerbungen von Migranten und führen dies vor allem auf die fehlende Attraktivität des Journalistenberufs zurück.



### 2.2.4 Einschätzungen zur Beschäftigung von Migranten im Journalistenberuf

In diesem Kapitel stehen die Einschätzungen zur medienübergreifenden und medienspezifischen Einstellungsbereitschaft von Medienunternehmen gegenüber Migranten sowie Fragen nach den Faktoren, die die Einstellung von Menschen mit Migrationshintergrund beeinflussen, im Mittelpunkt. Zudem geht es um die Bedeutung allgemeiner und spezifischer Eigenschaften, die Journalisten (mit oder ohne Migrationshintergrund) mitbringen müssen, wenn sie bei den befragten Medien eingestellt werden wollen.

Um das Problemfeld zu erschließen, wurden die Interviewpartner zunächst nach ihrer *grundsätzlichen Einschätzung zur Einstellungsbereitschaft deutscher Medien gegenüber Journalisten mit Migrationshintergrund* befragt (vgl. Abb. 7). Das Ergebnis ist dabei so eindeutig wie optimistisch: Während 43,9 Prozent der Befragten die Einstellungsbereitschaft im mittleren Bereich verorten, sehen 22,7 Prozent eine hohe Einstellungsbereitschaft. Kombiniert mit den 1,5 Prozent, die diese als „sehr hoch“ bewerten, geht fast ein Viertel der Befragten von einer positiven Einstellung deutscher Medienunternehmen gegenüber Migranten aus. Nur eine Minderheit hält die Einstellungsbereitschaft für „niedrig“ (7,6 %) oder „sehr niedrig“ (4,5 %).



**Abb. 7** Einschätzungen zur Bereitschaft deutscher Medien, Migranten als Journalisten einzustellen, in Prozent (n= 66)

Quelle: Eigene Darstellung

Diese Haltungen äußerten sich auch konkret in den geführten Interviews (wobei der Einfluss des Faktors der sozialen Erwünschtheit berücksichtigt werden muss): So sieht Karl-Heinz Müller vom *Bauverlag* eine „größere Bereitschaft bei Medienhäusern“, Journalisten mit Migrationshintergrund einzustellen, und begründet diese Entwicklung mit einer sich wandelnden Gesellschaft, die andere Themen aufwerfe und von Medien mehr Offenheit verlange. Stefan Nottmeier von *Antenne Münster* schätzt die Medienbranche als offener als andere Berufssparten ein. Der Redaktionsleiter einer Lokalzeitung hält den Journalismus, „für besonders geeignet, um integrativ zu wirken“:

„Ich glaube, dass kein Berufszweig so geeignet ist dafür, eben bewusst solche Barrieren zu überspringen und die Bereicherung zu sehen, weil er ein sehr agiler, relativ junger Bereich ist, der sehr offen ist und gesellschaftliche Strömungen aufnehmen muss.“

Für Rüdiger Oppers von der *NRZ* ist die Frage nach dem Migrationshintergrund eines Mitarbeiters zweitrangig:

„Ich glaube, dass sich Qualität durchsetzt. Egal, ob Migrant, Nicht-Migrant, Mann, Frau, katholisch, evangelisch, atheistisch.“

Auch Günter Hucks vom *Niederrhein Anzeiger* kann sich nicht vorstellen, „dass ein Migrationshintergrund jetzt ein No Go ist.“ Für Volker Stennei vom *Hellweger Anzeiger* ist journalistische Qualität – und nicht ein möglicher Migrationshintergrund – das entscheidende Kriterium für eine Einstellung:

„Ich bin davon überzeugt, dass die Mehrzahl der Chefredakteure unterscheidet zwischen guten und schlechten Journalisten und nicht zwischen deutschen oder in Deutschland geborenen, ohne Migrationshintergrund und Journalisten mit Migrationshintergrund.“

Christoph Pepper vom *Mindener Tageblatt* sieht in Journalisten mit Migrationshintergrund eine große Chance für deutsche Medienunternehmen:

„Wie das in anderen Häusern ist, weiß ich nicht. Ich würde es für einen großen Fehler halten, wenn die Bereitschaft in anderen Häusern nicht ebenfalls groß wäre, denn man verschließt sich damit wichtigen Chancen für das eigene Medium.“

Thomas Reunert vom *IKZ* geht ebenfalls von einer grundsätzlichen Bereitschaft aus, Migranten einzustellen, und schränkt diese Einschätzung lediglich für „konservative“ Medien ein:

„Ich denke mal, die Kolleginnen und Kollegen in führenden Positionen, die denken wie ich. Die werden das genauso sehen, weil das Ergebnis zählt und nicht der Personalausweis oder nicht der Reisepass.“

Pessimistische Einschätzungen sind in der Befragung seltener. So sieht Tommy Bollmann von *Antenne Niederrhein* die Einstellungsbereitschaft gegenüber Migranten als „problematisch“. Brigitte Baetz von den *Freischreibern* vermutet im Lokaljournalismus eine „größere Scheu“, Journalisten mit Migrationshintergrund einzustellen. Andreas Schwann von *BergTV* geht von einer nur geringen Bereitschaft aus, Migranten einzustellen: „Teilweise gibt es die Bereitschaft, aber die liegt, ich würde mal so tippen, bei zehn bis 15 Prozent.“ Veye Tatah von *Africa Positive* sieht weniger journalistische als vielmehr gesellschaftliche Probleme:

„Die Bereitschaft ist einfach nicht da, Migranten, die gut qualifiziert sind, in richtige Arbeit einzustellen. Wie viele Migranten haben Sie schon als Abteilungsleiter gesehen? (...) Ein deutscher Personalchef hat es sehr, sehr schwer, jemandem, der nicht deutsch ist, eine verantwortungsvolle Arbeit zu geben. Man denkt schnell: Ach vielleicht sind die nicht gut genug, die kennen unsere Kultur nicht.“

Auch Peter Widlok von der *LfM* sieht die „Bereitschaft bei den Medien als unterentwickelt, denn sonst hätten wir ja bessere Verhältnisse.“ Darüber hinaus bezweifelt Widlok, dass sich Medienunternehmen bislang intensiv mit dieser Problemstellung beschäftigen:

„Ich glaube, dass die meisten viel zu viel zu tun haben, um sich mal in Ruhe hinzusetzen, um darüber nachzudenken. Es ist auch so, dass die Chefredakteure, auch wenn der Titel so schön klingt, nicht immer die eigentlichen Entscheidungsträger sind. Die eigentlichen Entscheider sitzen ja in den Verlagen oder beim privaten Lokalradio in den Betriebsgesellschaften, wo aber auch häufig die Verlage das Sagen haben.“

Auch wenn bei den befragten leitenden Redakteuren und Personalverantwortlichen von Medien in NRW eine grundsätzlich optimistische Einschätzung der medienübergreifenden Einstellungsbereitschaft gegenüber Migranten dominiert, sieht die überwiegende Mehrheit in dieser Frage *Unterschiede zwischen den verschiedenen Medientypen*. Mehr als zwei Drittel (69%) der Befragten geht von einer medienspezifischen Affinität aus, Migranten einzustellen. Während 5,2 Prozent der Antwortgeber sich in dieser Frage nicht festlegen, sehen 20,7 Prozent keine Unterschiede zwischen den Mediengattungen.

Auch diese Einschätzungen können durch die Aussagen in den einzelnen Interviews belegt werden. Auffällig ist bei der inhaltlichen Analyse des Antwortspektrums, dass Vertreter verschiedener Medientypen die Chancen für Journalisten

mit Migrationshintergrund bei anderen Medien in vielen Fällen als deutlich besser beschreiben. Insbesondere zwischen Vertretern von Print- und Rundfunkmedien wird die Verantwortung für die niedrige Migrantenquote im Journalismus weitergeschoben, indem das jeweils fremde Medium als besser geeignet beschrieben und die Schwierigkeiten der eigenen Branche im Umgang mit Journalisten mit Migrationshintergrund – vor allem in sprachlicher Hinsicht – herausgestellt werden.

So vermutet Karl-Heinz Müller vom *Bauverlag* mit Blick auf die Anteile von Journalisten mit Migrationshintergrund in deutschen Medien, dass diese es bei „elektronischen und digitalen Medien einfacher haben als bei Printmedien“. Darüber hinaus sieht Müller bei öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern in der Einstellung von Migranten die Erfüllung des gesellschaftlichen Auftrags. Christoph Pepper vom *Mindener Tageblatt* sieht die Chancen von Migranten bei Printmedien höher als im Rundfunk:

„In der Printbranche ist ein hörbarer Migrationshintergrund weniger problematisch als in der Radiobranche oder in der Fernsehbranche.“

Für Sascha Devigne von *Studio 47* ist der sprachliche Anspruch beim Fernsehen ebenfalls höher als bei Printmedien:

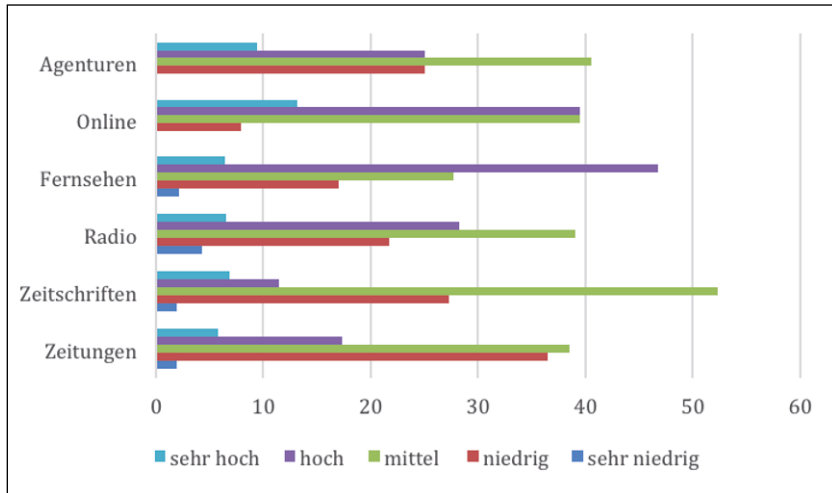
„Die Sprache in den elektronischen Medien ist viel präziser als im Printbereich. Ich glaube, dass ein elektronisches Medium jeden, der sich mit Sprache beschäftigt hat, dazu zwingt, sich sehr viel präziser und auf den Punkt genauer auszudrücken, als ein Zeitungsartikel das kann.“

Günter Benning von den *Westfälischen Nachrichten* argumentiert entgegengesetzt und vermutet bei den Rundfunkmedien bessere Einstiegschancen für Migranten als bei Zeitungen oder Zeitschriften:

„Ich glaube, dass es zum Beispiel in den Bereichen Fernsehen, vielleicht auch Radio, sogar noch einfacher ist für die Leute, weil es da halt nicht so auffällt, wenn jemand die deutsche Kommasetzung nicht beherrscht und etliche andere Dinge nicht. Im Fernsehen kann man ja auch durch Körpersprache überzeugen, und mal ein Aussetzer im Redefluss ist auch gar nicht so schlimm, sondern wird ja manchmal auch als charmant oder so betrachtet. Da geht's auch anders.“

Die Vermutung, dass Vertreter von Printmedien den Rundfunkbereich als „migrantenfreundlicher“ darstellen und umgekehrt Vertreter von Rundfunkmedien die höhere Eignung von Zeitungen betonen, lässt sich auch im Folgenden für die vermutete Einstellungsbereitschaft einzelner Medientypen nachweisen.

Die unter den befragten Medienvertretern dominierende Einschätzung von den medienspezifischen Unterschieden bei der Einstellungsbereitschaft gegenüber Journalisten mit Migrationshintergrund äußert sich insbesondere in der unterschiedlichen Einschätzung konkreter Medien.



**Abb. 8** Angenommene Beschäftigungsbereitschaft nach Medientypen in Prozent

Der Blick auf die **Zeitungen** ist dabei eher pessimistisch: Zwar gehen 38,5 Prozent von einer „mittleren“ Einstellungsbereitschaft gegenüber Migranten aus, jedoch sehen diese lediglich 17,3 Prozent als „hoch“ und 5,8 Prozent als „sehr hoch“, aber 38,4 Prozent der Befragten als „niedrig“ oder „sehr niedrig“ an. Auch Peter Pohl von *Westcom* hält einen im Print eher verbreiteten Konservatismus für eine Hemmschwelle:

„Da ich davon ausgehe, dass Zeitungen im Regelfall eine noch etwas konservativere Personalpolitik fahren, könnte ich mir tatsächlich vorstellen, dass es da ab und an noch unnötige Barrieren gibt.“

Volker Stennei vom *Hellweger Anzeiger* sieht in sprachlichen Defiziten von Migranten ein Problem für die journalistische Arbeit bei Printmedien:

„Um im Printbereich erfolgreich zu sein, gehört das perfekte Beherrschen des Handwerks der deutschen Sprache dazu.“

Auch der Lokalchef einer großen Regionalzeitung schließt sich dieser Ansicht an und sieht eher elektronische als gedruckte Medien für Migranten geeignet:

„Für den Printberuf muss man einfach richtig schreiben können, und das ist schwer, wenn man von außen kommt. Und sprechen kann man vielleicht schneller als schreiben.“

Günter Benning von den *Westfälischen Nachrichten* nennt „die mangelhafte Beherrschung der deutschen Sprache und der Orthografie“ als ein „extremes Kernproblem“ für die Einstellung von Migranten in Printredaktionen.

Auch **Zeitschriften** wird eine eher geringe Einstellungsbereitschaft unterstellt: 52,5 Prozent sehen eine „mittlere“ Einstellungsbereitschaft, 18,2 Prozent eine „hohe“ oder „sehr hohe“ sowie 29,2 Prozent eine „niedrige“ oder „sehr niedrige“ Einstellungsbereitschaft. Bei den Printmedien überwiegen damit die negativen Einschätzungen.

Anders stellt sich die Verteilung bei den Rundfunkmedien dar: Beim **Radio** gehen 39,1 Prozent der Antwortgeber von einer „mittleren“ Einstellungsbereitschaft aus, 26 Prozent von einer „niedrigen“ oder „sehr niedrigen“ sowie mit 34,8 Prozent mehr als ein Drittel von einer „hohen“ oder „sehr hohen“. Rüdiger Oppers von der *NRZ* sieht selbst unvollkommene Deutschkenntnisse nicht als Hindernis im Hörfunk; diese könnten im Radio vielmehr ein „Stilmittel“ von Moderatoren mit Migrationshintergrund sein. Auch Wilhelm Klümper von der *WAZ* rechnet für Migranten im Hörfunk mit höheren Chancen:

„Ich kann mir vorstellen, dass das Medium Radio den Aufstieg leichter macht als beispielsweise Print. Beim gesprochenen Wort kann man flapsiger sein. Das geschriebene Wort setzt schon eine stärkere Konzentration voraus. Der Moderator im Radio kann plaudern und seine Fragen situativ kess und spontan stellen.“

Für Andreas Schwann von *BergTV* stellt das geschriebene Wort im Print oft eine höhere Hürde dar als das gesprochene Wort im Rundfunk:

„Die Leute, die hier bei mir im Radio- und Fernsehbereich arbeiten, die haben weniger Schwierigkeiten mit dem gesprochenen Wort. Wenn sie das aber schreiben sollen, dann schüttelt es sie. Dann schüttelt es mich manchmal, was sie da zusammenschreiben.“

Für das **Fernsehen** fallen die Einschätzungen noch optimistischer aus: Die Mehrheit der Befragten (53,2 %) unterstellt Fernsehsendern eine „hohe“ oder „sehr hohe“

Einstellungsbereitschaft. 27,7 Prozent sehen eine „mittlere“, während 19,1 Prozent ein „niedrige“ oder „sehr niedrige“ Affinität zu Journalisten mit Migrationshintergrund angeben. So sieht der Geschäftsführer eines Nachrichtensenders eine „größere Offenheit“ bei Fernsehredaktionen und -produktionsfirmen im Umgang mit Migranten, da diese „schlichtweg lockerer“ seien als klassische Zeitungen. Für Günter Hucks vom *Niederrhein Anzeiger* ist das Schreiben eine höhere Hürde als das Sprechen, weswegen er die Chancen von Journalisten mit Migrationshintergrund bei elektronischen Medien größer einschätzt. Ähnlich argumentiert Ingo Lehnick vom *epd (Evangelischer Pressedienst)*:

„Es gibt sicher andere Bereiche, nehmen wir Moderationen, wo es sehr viel stärker auf die Lebendigkeit, auf die Authentizität ankommt, als darauf, dass das Deutsch vollkommen fehlerfrei ist, insbesondere Orthografie spielt da natürlich gar keine Rolle.“

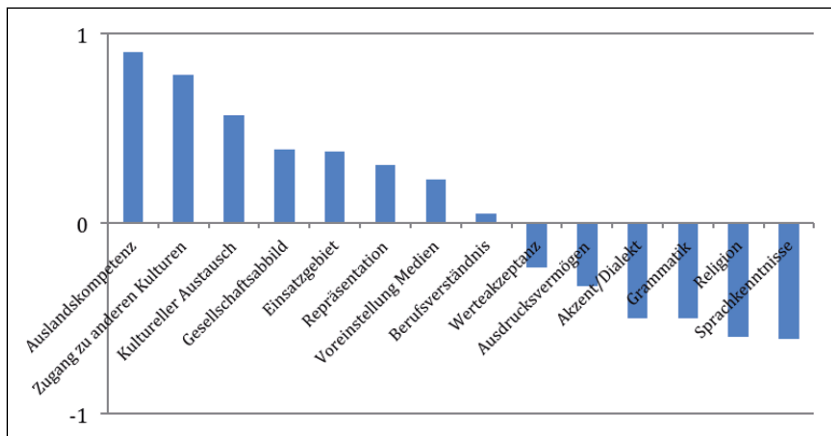
Etwas weniger, aber noch überwiegend positiv fallen die Einschätzungen für Online-medien und Agenturen aus: 52,7 Prozent der Befragten gehen von einer „hohen“ bis „sehr hohen“ Einstellungsbereitschaft von **Onlineredaktionen** aus, wobei der Wert für „sehr hoch“ mit 13,2 Prozent bei keinem anderen Medium erreicht wird. 39,5 Prozent sehen eine „mittlere“ Einstellungsbereitschaft, während 7,9 Prozent eine „niedrige“ unterstellen. Sowohl bei Onlinemedien als auch bei den Agenturen gibt es keinen Befragten, der die Affinität für „sehr niedrig“ hält. Der Redaktionsleiter einer Lokalzeitung meint, dass sich Onlinemedien eher für Migranten eignen, da dort die „Sprechsprache“ nicht so relevant sei und „im Online-Bereich natürlich auch ganz andere Gesetze gelten und auch viel mehr verziehen wird“.

Auch bei den **Agenturen** überwiegen positive Einschätzungen: So vermuten 40,6 Prozent der Befragten eine „mittlere“ Einstellungsbereitschaft, während 25 Prozent von einer „niedrigen“ ausgehen und 34,4 Prozent eine „hohe“ oder „sehr hohe“ Einstellungsbereitschaft sehen.

Die Vermutung, dass sich Vertreter unterschiedlicher Medien gegenseitig die Verantwortung für die geringen Anteile von Migranten im Journalismus zuschieben, bestätigt sich auch bei der Frage nach der Einstellungsbereitschaft verschiedener Medientypen. Dabei neigen insbesondere Zeitungsmitarbeiter eher dazu, den Rundfunk als geeigneter für Journalisten mit Migrationshintergrund darzustellen. Da bei den Befragten ein Übergewicht an Vertretern von Printmedien vorliegt, lassen sich die positiven Einschätzungen gegenüber Radio- und Fernsehsendern auch aus diesem Zusammenhang erklären. Auch sind Onlinemedien und Agenturen in der Befragung unterrepräsentiert.

Lag der Fokus bei den vorangegangenen Fragen vor allem auf der medienübergreifenden oder medienspezifischen Einstellungsbereitschaft von Medienunter-

nehmen, rücken im Folgenden *Faktoren, die die Einstellung von Journalisten mit Migrationshintergrund beeinflussen*, in den Mittelpunkt der Betrachtung. Dabei kam in den einzelnen Interviews die Sprache immer wieder auf bestimmte Faktoren, ohne dass der komplette Katalog in jedem Gespräch abgefragt worden wäre. Die Befragten sollten einordnen, ob ein bestimmter Faktor negative (-1), neutrale (0) oder positive Auswirkungen (1) auf die Einstellungschancen von Migranten hat. Für die anschließende Auswertung wurden zunächst die Mittelwerte der verschiedenen Faktoren miteinander verglichen, um einen ersten Überblick über hinderliche oder förderliche Einflüsse für Journalisten mit Migrationshintergrund zu erhalten.



**Abb. 9** Mittelwerte der Einflussfaktoren auf die Beschäftigung von Migranten (n= 41)

Quelle: Eigene Darstellung

Der Blick auf die Bewertung der verschiedenen Einstellungsfaktoren für Journalisten mit Migrationshintergrund zeigt ein ambivalentes Bild: Während die Befragten acht Faktoren einen positiven Einfluss auf die Einstellungsentscheidung zuschreiben, werden sechs Faktoren eher negativ bewertet. Im Folgenden sollen die quantitativen Ergebnisse mit einzelnen Aussagen aus den geführten Leitfadeninterviews in einen Zusammenhang gesetzt werden, um ein umfassendes Bild der Einflussfaktoren zeichnen zu können.

Die befragten leitenden Redakteure und Personalverantwortlichen schreiben dem Faktor **Auslandskompetenz** den höchsten positiven Einfluss auf die Einstellungsentscheidung von Journalisten mit Migrationshintergrund zu (0,9). Für 22



Prozent aller Befragten hat das Wissen um Vorgänge im Ausland eine positive Auswirkung auf die Einstellung eines Migranten. Von den Befragten, die das Thema in den Interviews ansprachen, sehen 90 Prozent positive Effekte. So geht Hans J.M. Manteuffel Herausgeber von *Czerwensky intern*, einer der beiden ältesten Finanz-/Wirtschafts-Newsletter in Deutschland davon aus, dass Kenntnisse über bestimmte Länder und Kulturen insbesondere aus der Perspektive des ökonomischen Journalismus (Wissen über Rohstoffe oder die Entwicklung von Ressourcen) „hilfreich“ seien. Die Leiterin eines Fachverlags sieht ebenfalls Vorteile für die journalistische Arbeit:

„Neulich habe ich ein Interview gehört mit einer Weißrussin, die studierte auch jetzt hier. Die kann über ihr Land, über die Aufstände jetzt auch gerade, über die politische Situation in Russland noch viel mehr sagen, als es jetzt hier von Deutschland aus gemacht werden kann.“

Auch der Faktor **Zugang zu anderen Kulturen** wird überwiegend als Grund für die Einstellung von Migranten begriffen (0,78). 43,9 Prozent aller Befragten und 78,3 Prozent aller direkten Antwortgeber sehen diesen Faktor positiv. Für Rüdiger Oppers von der *NRZ* ist der Zugang zur „türkischen Community“ eines türkischen Mitarbeiters ein journalistischer Vorteil. Für Ingo Lehnick vom *epd* ist in Nordrhein-Westfalen gerade die türkische Sprache „ein Plus“, weil man so vielleicht einfacher an „Insiderinformationen“ komme. Der verantwortliche Redakteur eines Anzeigenblatts sieht in Migranten auch einen journalistischen Türöffner:

„Wenn Sie einen Kollegen mit Migrationshintergrund in der Redaktion haben, haben Sie auch irgendwo eine andere Berichterstattung – weil Sie wahrscheinlich an Gruppen kommen, die sich anderen vielleicht nicht so sehr öffnen.“

Peter Pohl von *Westcom* betont, dass es „klasse wäre, jemanden mit so einer Erfahrungswelt bei uns zu haben – abgesehen davon, dass es auch klasse wäre, jemanden zu haben, der die Sprache richtig gut kann und bei bestimmten Themen auch mal andere Fragen kann.“

Auch Wilhelm Klümper von der *WAZ* erhofft sich von Journalisten mit Migrationshintergrund andere Geschichten:

„Journalisten mit Migrationshintergrund sind aufgrund ihrer persönlichen Geschichte sensibilisiert für Themen, die uns vielleicht ansonsten durch die Lappen gehen. Deswegen würde ich schon sagen, wenn man mehr Leute mit Migrationshintergrund hat, würden wahrscheinlich auch die Geschichten vielfältiger.“

Für Hans J.M. Manteuffel vom *vid* sind vor allem die ökonomischen Zugänge zu anderen Kulturen eine positive Perspektive für Medienunternehmen:

„Wenn ich jetzt Herausgeber und Verleger eines Publikationsorgans wäre, das zum Beispiel via vielen Anzeigen betrieben wird, und ich weiß, ich hab da fünf- oder zehntausend kleine, mittelständische türkische Betriebe und andere, dann würde ich natürlich zielgerichtet versuchen, jemanden mit einem solchen Migrationshintergrund einzusetzen. Das ist doch logisch, das ist doch ein ökonomisches Interesse.“

Neben dem Zugang zu anderen Kulturen, wird auch der Faktor des **Kulturellen Austauschs** sehr positiv bewertet (0,57). 26,8 Prozent aller Befragten und 78,6 Prozent der Interviewten, die diesen Faktor direkt ansprachen, sehen positive Auswirkungen auf die Einstellungsentscheidung. So denkt Günter Benning von den *Westfälischen Nachrichten* über junge Journalisten mit Migrationshintergrund:

„So jemand hat vielleicht ein Sensorium für die Problematik von 20 Prozent unserer Gesellschaft, die vielleicht auch alle mit 15 eingewandert sind oder eine andere Hintergrundkultur haben.“

Auch der verantwortliche Redakteur eines Anzeigenblatts sieht einen positiven Einfluss auf die Redaktion, wenn Migranten ihre Perspektiven einbringen:

„Der Zugewinn ist, dass da jemand kommt, der vielleicht mal eine andere Sicht auf politische, gesellschaftliche Dinge hat, über die wir schreiben. Wo wir uns dann selbst hinterfragen können: Ist das so richtig, was du da machst, oder gibt es nicht auch andere Sichtweisen?“

Auch der Faktor **Gesellschaftsabbild** wird überwiegend mit positiven Einflüssen auf die Entscheidung, Journalisten mit Migrationshintergrund einzustellen, verknüpft (0,39), wobei die Ausprägungen auch neutrale Bewertungen zeigen. So gehen 29,3 Prozent aller Befragten von positiven Auswirkungen aus und 66,7 Prozent der direkten Antwortgeber. Für Ingo Lehnick vom *epd* ist es „hilfreich, wenn bestimmte gesellschaftliche Gruppen, die bislang eher unterbelichtet waren, stärker vertreten sind, weil man auf die Art und Weise eine viel größere Bandbreite der Berichterstattung hinbekommt.“

Dem Faktor **Einsatzgebiete** wird ebenfalls überwiegend ein positiv-neutraler Einfluss auf die Einstellungsentscheidung unterstellt (0,38). Immerhin 46,2 Prozent der Befragten, die diesen Faktor in den Interviews direkt ansprachen, bewerten ihn positiv. Für den Lokalchef einer großen Regionalzeitung liegt in der Einstellung von Migranten auch die Chance auf eine inhaltliche und thematische Ausdifferenzierung für Medienunternehmen:

„Mehr Migranten! Dann bedeutet das auch eine inhaltliche Ausrichtung. Dann bedeutet das, wir wollen unser Themenspektrum erweitern.“

Ebenfalls als positiv-neutraler Einflussfaktor wird eine mögliche **Repräsentation** nach außen durch Journalisten mit Migrationshintergrund verstanden (0,31). Für Stefan Nottmeier von *Antenne Münster* können Medien durch die Einstellung von Migranten auch das mediale Bewusstsein und die Wahrnehmung von Migranten in der Gesellschaft verändern:

„Das ist ja auch eine Frage des Bewusstseins der Bevölkerung, wenn man sieht: Da ist eine Moderatorin mit türkischen Wurzeln, die eine Sendung wie das Morgenmagazin moderiert, dann ändert sich ja mein Bewusstsein, wenn ich dann jemanden aus der Türkei im Bus treffe.“

Für Rüdiger Oppers von der *NRZ* kommt diesem Faktor in der Zukunft eine noch größere Bedeutung zu:

„Wenn ich weiß, da habe ich 50 Prozent Bürger mit türkischem Migrationshintergrund, dann würde ich sagen: Mensch, lass uns mal sehen, dass wir einen türkischen Lokalchef berufen.“

Stärker ambivalent als positiv wird der Faktor **Voreinstellung der Medien** bewertet (0,23). 17,1 Prozent aller Befragten sehen dabei positive, 9,8 Prozent negative Auswirkungen auf die Entscheidung, Migranten einzustellen. Bei den direkten Antwortgebern sprechen sich 53,8 Prozent für positive Einflüsse und 30,8 Prozent für negative Einflüsse aus.

Der Faktor journalistisches **Berufsverständnis** wird überwiegend ambivalent beurteilt, mit einer minimal positiven Tendenz (0,05). 22 Prozent aller Befragten sehen positive Einflüsse auf die Einstellungsentscheidung, 19,5 Prozent gehen von negativen aus. Von den Interviewten, die den Faktor direkt ansprachen, bewerteten ihn 47,4 Prozent positiv und 42,1 Prozent negativ. Je nach Migrationshintergrund vermutet Rüdiger Oppers von der *NRZ* ein anderes journalistisches Berufsverständnis:

„In den Ländern, die eben Transformationsgesellschaften sind, die noch im Übergang von Diktatur zur Demokratie sind, da spielt Journalismus zwei Rollen. Sehr unterschiedlich. Die eine ist ein parteilicher Journalismus. Man ist für oder gegen den Staat, das heißt, die Regierung. Nicht für oder gegen die Verfassung, sondern für oder gegen die Regierung.“

Brigitte Baetz von den *Freischreibern* vermutet bei Journalisten mit Migrationshintergrund unter Umständen sogar ein „höheres journalistisches Ethos“:

„Das mag eben auch mit ihren Ursprungsländern zu tun haben oder vielleicht, weil sie auch aus Familien kommen, meinetwegen bei Iranern, die verfolgt wurden, die wissen, dass man bei einer Demokratie auch eine starke Presse braucht.“

Die ambivalente Sichtweise vieler Befragter auf diesen Faktor fasst Rüdiger Schlund von *Radio Siegen* zusammen:

„Das kommt sehr stark auf den Hintergrund desjenigen an, der sich da bewirbt. Wenn jemand in zweiter, dritter Generation in Deutschland lebt und die Eltern vielleicht schon integriert/sozialisiert sind – da gibt es ja die verschiedensten Abstufungen – dann wird das für den weniger eine Rolle spielen, als wenn er jetzt vielleicht als Baby oder als Teenager aus Afghanistan geflohen ist und meint, mit seinem Journalismus etwas bewegen zu müssen. Das ist dann wirklich situations- und werdegangsabhängig.“

Neben den Faktoren, die überwiegend positiv bis neutral für die Einstellungsentcheidung gegenüber Migranten eingeschätzt werden, bewerten die Befragten auch eine Gruppe von Einflussfaktoren neutral bis negativ.

So wird der Faktor **Werteakzeptanz** eher skeptisch ausgelegt (-0,23). 17,1 Prozent aller Befragten sehen dabei negative Auswirkungen, das sind 53,8 Prozent aller direkten Antwortgeber zu dieser Frage. So formuliert Stefan Nottmeier von *Antenne Münster* Bedenken gegenüber der Kompatibilität von Migranten mit deutschen Redaktionen:

„Es hängt immer davon ab, wie derjenige, den man dann einstellen will, sich mit dem, was jetzt meinetwegen hier dieser Radiosender vertritt, zurechtfinden kann. Also, man kann natürlich niemanden einstellen, der sagt: Ist mir egal, was ihr hier für eine Firmenphilosophie habt, ich setze jetzt meine Art von Journalismus hier durch.“

Auch Andreas Schwann von *BergTV* hat in dieser Beziehung eher negative Erfahrungen mit Journalisten mit Migrationshintergrund gemacht: „Diese Menschen haben ein anderes Verständnis von Zeit, von Pünktlichkeit, von Zuverlässigkeit.“

Martin Knabenreich von *Radio Bielefeld* kann sich abweichende Wertvorstellungen als elementares Problem in der täglichen Zusammenarbeit vorstellen und warnt vor einer „Intoleranz gegen deutsche Lebensgewohnheiten“:

„Wenn ich eine Diskussion darüber habe, ob beispielsweise Menschen vor der Heirat Sex haben dürfen, dann ist das eine Sache, die jeder hier in Deutschland frei entscheiden darf. Und diese Freiheit, das entscheiden zu dürfen, möchte ich in keinsten Form in Frage stellen. Und da möchte ich auch keine radikale Gegenmeinung hören. Solche Menschen bräuchte ich nicht. (...) Gilt für Deutsche auch, aber ich brauche jetzt auch keinen türkischen Mann oder arabischen Mann, der zum Beispiel in einem alten Rollenklischee denken würde und sagen würde: Ich interview jetzt keine Frauen.“

Ebenfalls neutral bis negativ wird der Einflussfaktor Ausdrucksvermögen bewertet (-0,33). Unter den Befragten, die in den Interviews eine Position zu diesem Thema bezogen, ist mehr als die Hälfte (55,6 %) der Ansicht, dass dieser sich negativ auf die Einstellungsentscheidung auswirken würde. Frank Fligge von der *Westfälischen Rundschau* äußert seine Bedenken gegenüber Journalisten mit Migrationshintergrund:

„Klar muss ein Journalist die deutsche Sprache beherrschen. Der wird aber weder beim Radiosender als Sprecher einen Job bekommen noch in der Redaktion, wenn der das nicht kann. Wenn der nicht in der Lage ist, einen deutschen Satz fehlerfrei hinzukriegen, wird es schwierig.“

Parallelen zum Faktor Ausdrucksvermögen sind bei der überwiegend negativen Einschätzung der ebenfalls sprachlichen Einflussfaktoren **Akzent/Dialekt** und **Grammatik** zu erkennen (beide -0,5). Bei ersteren äußern sich 57,1 Prozent der Antwortgeber ablehnend, beim zweiten sogar 58,3 Prozent. So erkennt Peter Pohl von *Westcom* grundsätzliche Schwierigkeiten in der Arbeit mit Mitarbeitern, die einen starken Akzent haben:

„Ist schwierig, akzeptieren wir aber in Ausnahmefällen, wenn uns andere Sachen einfach sehr überzeugen. Aber das tun wir dann auch nur bei wenigen Mitarbeitern. Da weiß man einfach, da gibt es jetzt jemanden, der auf Dauer nicht vertonen kann. Das macht man bei einem oder auch bei zwei Mitarbeitern, aber wenn das dann mehr würden und dann alle um sie herum das vertonen müssten, was sie produziert haben, dann wird es einfach zu einem organisatorischen Hindernis.“

Noch stärker sind die Bedenken vieler leitender Redakteure gegenüber fehlenden Grammatik- oder Rechtschreibkenntnissen bei Journalisten mit Migrationshintergrund. So sagt Tommy Bollmann von *Antenne Niederrhein* über die deutsche Sprache als journalistisches Instrument:

„Die Interpunktion muss sitzen. Ich weiß, die deutsche Sprache ist sehr schwer aus Sicht von nicht-deutschsprachigen Menschen. Aber es geht ja gar nicht anders, sonst muss ich ja jeden Text redigieren. Das kann ich nicht, ich muss mich bei einem Journalisten darauf verlassen, (...) dass er in der Lage ist, Texte vernünftig zu formulieren und klar zu präsentieren, mit allem was dazu gehört. Das geht leider nicht anders.“

Der Geschäftsführer eines Nachrichtensenders sieht grammatikalische Kenntnisse ebenfalls als zentrales Handwerkszeug für Journalisten:

„Sie müssen die Grammatik beherrschen, wie ein Schreiner die Säge beherrschen muss und ein Automechaniker wissen muss, dass ein Auto vier Räder hat.“

Torsten Sendler vom *Sauerlandkurier* gibt ein Beispiel aus der Redaktionspraxis, bei dem fehlende grammatikalische Fähigkeiten zu Problemen geführt haben:

„Wichtig ist auch, dass die Grammatik perfekt beherrscht wird, denn wir können es uns nicht leisten, dass extra noch eine Sekretärin daneben steht, die dann die Texte eindeutsch. Und ich habe eine Person mit Migrationshintergrund sehr lange in meiner Redaktion gehabt, die vor meiner Zeit bereits eingestellt wurde. Es handelte sich um einen Belgier, der für uns lange Jahre als Fotograf tätig war. Ein Top-Kollege, der es aber bis zuletzt nicht geschafft, obwohl er so lange in Deutschland gelebt und sich auch in Vereinen engagiert hat, nur eine einzige Bildzeile selbst zu schreiben. Er beherrschte einfach die Grammatik nicht. Als dann die Digitalfotografie eingeführt wurde, haben wir wie alle anderen Zeitungen die Fotografenstellen eingespart. Während eine andere Kollegin in der Redaktion fortan als Textredakteurin weiter beschäftigt werden konnte, mussten wir uns von dem besagten Kollegen leider trennen.“

Für Ingo Lehnick vom *epd* sind insbesondere mangelnde Kenntnisse von Rechtschreibung und Interpunktion ein Ausschlusskriterium:

„Wenn es nötig wäre, dass dann jemand immer nachher fünf Rechtschreibfehler und drei Kommafehler korrigiert, dann ist das nicht tragbar. Und da ist völlig gleichgültig, ob jemand Migrant ist oder nicht.“

Ein Faktor, der sich nach Ansicht vieler Befragter besonders negativ auf die Entscheidung über die Einstellung eines Migranten auswirkt, ist die **Religion** (-0,6). 26,8 Prozent aller Befragten gehen in diesem Punkt von negativen Auswirkungen aus, so wie 73,3 Prozent der direkten Antwortgeber. Tommy Bollmann von *Antenne Niederrhein* skizziert die Probleme, die aus unterschiedlichen Weltanschauungen entstehen können:

„Es kann durchaus sein, dass die Religion eine gewisse Rolle spielt. Wenn ich in einem erzkatholischen Gebiet einen Mitarbeiter einstelle, der dem Islam nahe steht, könnte es ein Problem werden. Da gibt es ja auch Ängste. Bei kleineren Sendern, wenn die in der Provinz sind, in Bayern zum Beispiel, könnte ich mir das sehr problematisch vorstellen.“

Torsten Sendler vom *Sauerlandkurier* hält ein Kopftuch derzeit noch für ein absolutes Ausschlusskriterium in seiner Redaktion: „Ich würde zum Beispiel keine türkischstämmigen Redakteure mit Kopftuch beschäftigen.“ Die Begründung:

„Das würde erhebliche Probleme mit unseren Kunden sowie Akzeptanzprobleme mit den Lesern im ländlichen Bereich nach sich ziehen. Außerdem lehne ich das Kopftuch als Mittel der Unterdrückung der Frau ab. Das ist meinerseits nicht Ausdruck einer

konservativen Werteeinstellung, sondern ich sage einfach, das ist in einer modernen, aufgeklärten Gesellschaft ein falsches Signal.“

Günter Benning von den *Westfälischen Nachrichten* hält es für möglich, dass Journalisten mit Migrationshintergrund „durch ihre religiösen Einstellungen an manchen Themen gehindert werden“. Für den verantwortlichen Redakteur eines Anzeigenblatts spielt die Religion in Medienbetrieben keine Rolle, solange der Mitarbeiter „nicht anfängt, in der Redaktion zu missionieren“.

Der Faktor, dessen Einfluss am negativsten bewertet wird, ist die **Sprachkenntnis** (-0,61). 41,5 Prozent aller Befragten sehen bei dieser Fähigkeit Probleme, wie auch 73,9 Prozent der direkten Antwortgeber. Wie bereits bei den anderen sprachlichen Faktoren, betonen die meisten Befragten, wie wichtig das Beherrschen der deutschen Sprache für den Journalismus sei. Die überwiegend negative Einschätzung des Faktors Sprachkenntnis legt die Vermutung nahe, dass die Mehrheit der Interviewten die Fähigkeiten in diesem Bereich bei Migranten für nicht gut entwickelt und daher für hinderlich bei der Einstellung hält. Günter Benning von den *Westfälischen Nachrichten* bestätigt diese Vermutung mit seiner Aussage:

„Also da gibt es für Migranten gewaltige, also jetzt muss ich sagen, für Leute, deren erste Sprache eine andere ist als Deutsch, gewaltige Probleme.“

Torsten Sandler vom *Sauerlandkurier*, dessen Lebenspartnerin selbst einen Migrationshintergrund hat, weiß auch um die sprachlichen Probleme von Migranten im Print-Journalismus:

„Die deutsche Sprache ist sehr komplex, sehr schwierig und lebt auch von zahlreichen Unter- und Zwischentönen, Spitzen und Mehrdeutigkeiten. Ich denke, dass jemand, der Deutsch nicht als Muttersprache von Grund auf gelernt hat, erhebliche Probleme haben wird, weil sich ihm viele Bedeutungen erst gar nicht erschließen. Deutsch ist eine ganz herrliche, differenzierte Sprache, zum Teil kommt es auf die Betonung an, wie etwas ausgesprochen wird, um eine völlig andere Bedeutung da reinzukriegen.“

Für Volker Stennei vom *Hellweger Anzeiger* können insbesondere Printmedien die mangelnden Deutschkenntnisse ihrer Mitarbeiter nicht auffangen. Das Beherrschen der deutschen Sprache sei eine „Grundvoraussetzung“. Man sei „kein Deutschausbildungsinstitut.“ Frank Fligge von der *Westfälischen Rundschau* sieht die Herausforderungen ähnlich:

„Jetzt ernsthaft: Wer als Redakteur bei einem Printmedium arbeitet und nicht in der Lage ist, die deutsche Sprache orthografisch sauber aufzuschreiben – das funktioniert einfach nicht.“

Peter Harke von der *Ahlener Zeitung* hat mit Praktikanten mit Migrationshintergrund die Erfahrung gemacht, dass viele an den Sprachkenntnissen scheitern, „vor allem an den Schriftsprachkenntnissen“.

Zusammenfassend wird deutlich, dass die befragten leitenden Redakteure und Personalverantwortlichen vor allem Faktoren wie „Auslandskompetenz“, den „Zugang zu anderen Kulturen“ sowie einen „kulturellen Austausch“ positiv in die Entscheidung über die Einstellung eines Journalisten mit Migrationshintergrund einfließen lassen. Viele Befragte halten diese Fähigkeiten bei Migranten für besonders ausgeprägt und versprechen sich davon einen Gewinn für ihre Redaktion. Negativ werden vor allem sprachliche Faktoren wie „Ausdrucksvermögen“, „Akzent/Dialekt“ sowie „Grammatik“ oder „Sprachkenntnisse“ bewertet. Darüber hinaus werden den eher kulturell geprägten Faktoren „Religion“ und „Werteakzeptanz“ ebenfalls negative Einflüsse auf die Einstellungsentscheidung unterstellt. Aus der quantitativen und qualitativen Analyse der Interviews kann geschlossen werden, dass die Mehrheit der Befragten diese Fähigkeiten und Einstellungen bei Migranten als eher unterentwickelt oder problematisch einschätzt und daraus eher Nachteile für die eigene Redaktion erwartet.

Daraus lässt sich ableiten, dass es bestimmte Faktoren gibt, die Journalisten mit Migrationshintergrund für eine Bewerbung bei einem Medienunternehmen grundsätzlich betonen sollten, während sie andere Merkmale besser in den Hintergrund rücken.

**Tab. 6** Angenommene positive und negative Faktoren für die Beschäftigung von Migranten

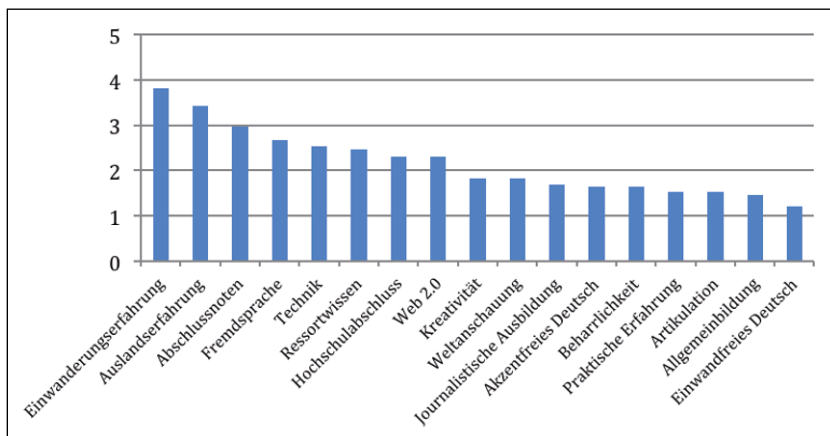
Positive Faktoren	Negative Faktoren
Auslandskompetenz	Sprachkenntnisse
Zugang zu anderen Kulturen	Religion
Kultureller Austausch	Grammatik
Gesellschaftsabbild	Akzent/Dialekt
Einsatzgebiete	Ausdrucksvermögen
Repräsentation	Werteakzeptanz
Voreinstellungen der Medien	
Journalistisches Berufsverständnis	

Letztlich lässt sich sagen, dass in Bezug auf die Einstellungsfaktoren deutlich wird, dass viele Medienunternehmen nur bestimmte Aspekte an Journalisten mit Migrationshintergrund schätzen. Als Vorteile empfundene Eigenschaften



von Menschen mit Migrationshintergrund sollen gefördert werden, als nachteilig oder störend bewertete Eigenschaften werden hingegen abgelehnt: Während sich viele Redaktionen einen Zugang zu ihnen fremden Kulturen, bessere Geschichten über Migrationsthemen oder eine andere Sichtweise auf Probleme versprechen, werden individuelle oder abweichende Werte und religiöse Überzeugungen eher als störend empfunden. Zudem befürchten viele Befragte, dass die unterstellten sprachlichen Defizite von Mitarbeitern mit Migrationshintergrund zu Problemen im Redaktionsalltag führen.

Inwieweit diese Ergebnisse in einem Zusammenhang mit den Erwartungen stehen, die Medienunternehmen an Journalisten stellen, soll bei der Auswertung der folgenden Fragen geklärt werden. Die übergeordnete Frage lautete dabei: *Was muss ein Journalist mitbringen, um eingestellt zu werden?* Davon ausgehend, sollten die Befragten einordnen, ob ein bestimmter Faktor „sehr wichtig“ (1), „wichtig“ (2), „mittel“ (3), „unwichtig“ (4) oder „sehr unwichtig“ (5) für die Einstellung eines Journalisten ist. Für die anschließende Auswertung wurden zunächst die Mittelwerte der verschiedenen Faktoren miteinander verglichen, wobei niedrige Mittelwerte für einen großen Einfluss der Eigenschaft stehen, hohe Werte hingegen für einen geringen Einfluss auf die Einstellungsentscheidung von Medienunternehmen.



**Abb. 10** Mittelwerte: Was muss ein Journalist mitbringen, um eingestellt zu werden?

Ordnet man die einzelnen Faktoren inhaltlichen Oberbegriffen zu, ergibt sich bei der Bewertung ein eindeutiges Bild: Interkulturell geprägte Faktoren wie „Einwanderungserfahrung“ (3,81), „Auslandserfahrung“ (3,42) und „Fremdsprachen“ (2,66) hält die Mehrheit der Befragten für eher unwichtig bei Journalisten. Technischen Faktoren wie „Technik“ (2,53) und „Web 2.0“ (2,3) wird gemeinsam mit akademischen Faktoren wie „Abschlussnote“ (2,97) und „Hochschulabschluss“ (2,3) eher eine mittlere Priorität zugesprochen, keinesfalls aber eine zentrale Bedeutung. Gleiches gilt für den Faktor „Ressortwissen“ (2,46). Als wichtig bis sehr wichtig werden einerseits klassische journalistische Fähigkeiten bewertet: „Kreativität“ (1,83) und „Journalistische Ausbildung“ (1,68), vor allem aber „Beharrlichkeit“ (1,64), „Praktische Erfahrung“ (1,54) und „Allgemeinbildung“ (1,47). Dazu wird der Gesinnungsfaktor „Weltanschauung“ (1,82) ebenfalls als wichtig bewertet. Andererseits betont die Mehrheit der Befragten auch die Wichtigkeit sprachlicher Faktoren wie „Akzentfreies Deutsch“ (1,65), „Artikulation“ (1,54) und insbesondere „Einwandfreies Deutsch“ (1,22).

Aus dieser Verteilung wird deutlich, dass vermutete Kompetenzen von Migranten (interkulturelle Faktoren) von deutschen Medienvertretern eher gering geschätzt werden, während Faktoren, die Migranten eher davon abhalten könnten, den Journalistenberuf zu ergreifen (sprachliche Faktoren) höher eingeschätzt werden. Die kombinierte Auswertung der verschiedenen Faktoren bestätigt diese Eindrücke.

Den Faktor **Einwanderungsgeschichte** halten 14 Befragte für „völlig unwichtig“, sieben für „unwichtig“, und zehn schreiben ihm einen „mittleren“ Einfluss zu. Lediglich vier Befragte bewerten es als „wichtig“, dass ein Journalist über eine Einwanderungsgeschichte verfügt, und nur einer hält dies für „sehr wichtig.“ Ähnlich klar sind die Prioritäten bei dem inhaltlich verwandten Faktor **Auslandserfahrung** verteilt: 14 Befragte halten diesen Faktor für mindestens „unwichtig“, lediglich fünf Interviewte erachten ihn als wichtig. So betont Michael Klehm vom *DJV*:

„Beim beruflichen Werdegang ist das ein Hinweis darauf, dass jemand eine gewisse Weltoffenheit hat und vielleicht auch Bereitschaft, sich mal mit Interkulturellem multikulturell auseinanderzusetzen, aber das ist letztendlich nicht die Qualifikation, die dazu befähigt, als Journalist zu arbeiten.“

Eher neutral werden **Fremdsprachen** eingeschätzt. Sieben Befragte sehen diesen Faktor als „unwichtig“, während 17 Interviewte ihn für wichtig halten. Rüdiger Oppers von der *NRZ* fasst die Bedeutung von Fremdsprachen wie folgt zusammen:

„Das kommt sehr darauf an, für welche Redaktion man sich bewirbt. Also, wenn er sich jetzt für meine Tageszeitung bewirbt, würde das eine untergeordnete Rolle spielen, für die Zentralredaktion, da reichen die normalen sprachlichen Fähigkeiten

aus. Wir bilden ja nicht vorrangig Auslandskorrespondenten aus. Würde er sich beim WDR bewerben, dann spielt das natürlich je nach Redaktion eine bedeutende Rolle, z. B. in der Auslandsredaktion.“

**Abschlussnoten** und dem **Hochschulabschluss** kommen insgesamt eine eher mittlere Bedeutung zu: Sieben Befragte halten Abschlussnoten im Journalismus für unwichtig, 16 schreiben ihnen eine mittlere Bedeutung zu, und für zehn Befragte sind diese Noten mindestens wichtig. Georg Böer vom *Patriot* sagt, er schaue bei Vorstellungsgesprächen „nicht unbedingt auf die Examens- oder Abiturnote.“ Den Hochschulabschluss halten ebenfalls sieben Befragte für unwichtig, aber 14 für wichtig und 13 sogar für sehr wichtig. Für Tommy Bollmann von *Antenne Niederrhein* ist ein Hochschulstudium eine wichtige Voraussetzung, um im Journalismus zu arbeiten. Für Wilhelm Klümper von der *WAZ* spielt ein Studium dagegen nur eine untergeordnete Rolle:

„Ich bin nur an Journalisten interessiert, die mit Herzblut bei der Sache sind. Dafür brauche ich nicht zwingend ein Studium oder einen Dokortitel. Ein akademischer Werdegang, verkopfte Journalisten können sogar ein Hindernis für erfrischenden, überraschenden, lesernahen Journalismus sein.“

Für Michael Klehm vom *DJV* muss das Studium in Deutschland absolviert worden sein:

„Die Tatsache, dass man in Russland ein abgeschlossenes Studium hat und dass man in Russland vielleicht als Moderator oder bei der Tageszeitung gearbeitet hat, das ist an sich keine Qualifikation.“

Für Frank Fligge von der *Westfälischen Rundschau* hat sich die Notwendigkeit eines Studiums im Journalismus erst in den vergangenen Jahren entwickelt:

„Wir haben es im Journalismus mit einem Beruf zu tun, der in den letzten 20 Jahren sehr stark auf eine akademische Ausbildung gewechselt ist. Das war früher ja mal anders. Also, früher musste man nicht studiert haben, um Journalist zu werden. Heute kriegen Sie eigentlich bei keinem ernstzunehmenden Titel mehr ein Volontariat, wenn Sie nicht vorher ein Studium abgeschlossen haben.“

Von besonderer Wichtigkeit für die meisten befragten leitenden Redakteure und Personalverantwortlichen sind dagegen klassische journalistische Fähigkeiten. **Kreativität** halten 29 Befragte für wichtig oder sehr wichtig, nur einer für unwichtig. Für Thomas Reunert vom *IKZ* müssen Journalisten „ein Höchstmaß an Einsatzbereitschaft und Kreativität mitbringen“. Auch für den Lokalchef einer großen

Regionalzeitung ist Kreativität eine „wichtige Voraussetzung“. Sogar 34 Befragte halten **Beharrlichkeit** für eine mindestens wichtige journalistische Tugend, nur ein Interviewter hält sie für unwichtig.

Der Faktor **Praktische Erfahrung** wird ebenfalls von der Mehrheit der Befragten als wichtig erachtet – wie auch mit Abstrichen die **Journalistische Ausbildung**. 39 Interviewte halten erstere für wichtig oder sehr wichtig, kein Befragter äußerte sich abweichend. Die Ausbildung bewerten 37 Befragte als mindestens wichtig, drei Interviewte halten diese für unwichtig. Für Tommy Bollmann von *Antenne Niederrhein* ist „erste Erfahrung im Journalismus natürlich von Vorteil“. Laut Günter Benning von den *Westfälischen Nachrichten*, müssen Journalisten „alles an Praktika mitnehmen, was man mitnehmen kann“ und sich überall „durchbeißen“. Für den verantwortlichen Redakteur eines Anzeigenblatts lässt sich diese Basisqualifikation eines Journalisten kurz zusammenfassen: „Er muss in der Lage sein, journalistische Texte zu verfassen. Er muss sein Handwerk können.“

Eine ebenfalls sehr hohe Bedeutung für den Journalismus hat der Faktor **Allgemeinbildung**. 34 Befragte messen diesem ausschließlich eine wichtige oder eine sehr wichtige Bedeutung bei. Sascha Devigne von *Studio 47* betont den Wert der Allgemeinbildung:

„Ein gewisses Verständnis der gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Zusammenhänge in diesem Land: Also eine gesunde Allgemeinbildung, oder gefährliches Halbwissen kann man es ja auch nennen, hat noch keinem Journalisten geschadet. Im Gegenteil. Aber das würde ich dann wiederum gleichfalls sowohl bei deutschen als auch nichtdeutschen Bewerbern voraussetzen.“

Für Ingo Lehnick vom *epd* ist „eine entsprechende Bildung das A und O“ im Journalistenberuf.

Zentral sind für die meisten Befragten aber sprachliche Faktoren: Ein **akzentfreies Deutsch** wird von 44 Befragten als wichtig oder sehr wichtig angesehen, während lediglich fünf Interviewte diesen Faktor für unwichtig halten. Die Fähigkeit zur **Artikulation** schätzen 45 Befragte als wichtig oder sehr wichtig ein, lediglich einer widerspricht. Am wichtigsten ist den befragten leitenden Redakteuren und Personalverantwortlichen jedoch ein **einwandfreies Deutsch**. 55 Befragte halten diesen Faktor für mindestens wichtig (davon 49 für sehr wichtig), nur ein Interviewter bewertet die Sprachfähigkeit als unwichtig. So legt Karl-Heinz Müller vom *Bauerlag* Wert auf die „Kommunikationskompetenz“ der Bewerber, bei denen er eine „hundertprozentige Triffestigkeit im Bereich der deutschen Sprache“ erwartet:

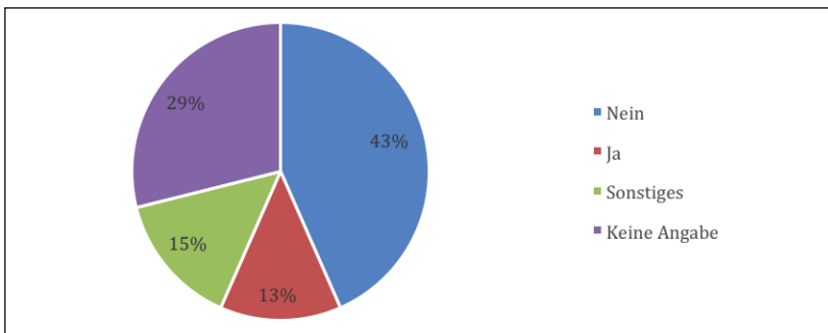
„Wir können schlicht und einfach keine Rücksicht darauf nehmen, wenn jemand an einer Ausgabe arbeitet und dann hinterher 30 Prozent mehr Zeit braucht, weil er den Duden rauf und runter rattert, die ganze Zeit. Das funktioniert nicht.“

Für Andreas Schwann von *BergTV* ist „ein sauberes Deutsch“ eine zentrale Voraussetzung im Journalismus. Stefan Nottmeier von *Antenne Münster* hat in seiner Redaktion erlebt, wie journalistische Karrieren an der Sprachbarriere scheiterten.

Sowohl aus der quantitativen als auch aus der qualitativen Auswertung der Leitfadeninterviews ergibt sich ein eindeutiges Bild: Sprachliche Faktoren und klassische journalistische Fähigkeiten werden von leitenden Redakteuren und Personalverantwortlichen für den Journalismus als wichtig eingeschätzt. Dabei handelt es sich um die Bereiche, in denen die meisten Befragten die größten Defizite bei Bewerbern mit Migrationshintergrund vermuten. Interkulturelle Faktoren, bei denen Journalisten mit Migrationshintergrund gegenüber deutschen Bewerbern Vorteile haben könnten, werden von den Befragten hingegen als deutlich weniger wichtig erachtet.

Auf Grundlage der vorangegangenen Fragen wurde zunächst ein Überblick über die Probleme und Hemmnisse deutscher Medien im Umgang mit Journalisten mit Migrationshintergrund gegeben. Vor dem Hintergrund der niedrigen Anteile von Migranten in den Medien stellt sich die Frage, ob die Vertreter von Medienunternehmen in Nordrhein-Westfalen die Einstellung von mehr Mitarbeitern mit Migrationshintergrund für grundsätzlich förderungswert halten.

Dabei ergibt sich eine eindeutige Verteilung: Knapp die Hälfte aller Befragten (43,4 %) lehnt eine Förderung von Journalisten mit Migrationshintergrund ab, lediglich 13,2 Prozent befürworten eine solche.



**Abb. 11** Soll die Beschäftigung von Migranten im Journalismus gefördert werden?

Quelle: Eigene Darstellung

Nicht nur an dieser Frage lässt sich erkennen, dass die Probleme, die sich aus der geringen Beteiligung von Migranten an den deutschen Medien ergeben, in der Mehrheit der Medienhäuser noch nicht angekommen sind. Zwar wird oberflächlich Kritik an den Missständen geäußert, ein grundsätzlicher Wille, diese durch Eigeninitiative oder Selbstverpflichtungen aktiv abzubauen, lässt sich bislang jedoch nicht erkennen.

## **2.3 Erfahrungen von Medienverantwortlichen bei der Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund**

Phillip Oldenburg und Horst Pöttker

Ging es im vorigen Abschnitt um Einstellungen von Medienverantwortlichen zur Einwanderungsgesellschaft und zur ethnischen Vielfalt im Journalismus, sollen nun deren konkrete Erfahrungen mit Migranten in der journalistischen Arbeit beleuchtet werden. Wie nehmen Medienverantwortliche das Problem mangelnder ethnischer Diversität konkret, in ihrem persönlichen beruflichen Umfeld und ihrer eigenen Redaktion wahr? Haben die Befragten schon Kollegen mit Migrationshintergrund erlebt, und wenn ja, welche Stärken und welche Schwächen haben sie im Umgang mit ihnen festgestellt? Ein weiterer relevanter Erfahrungsbereich ist die mehr oder weniger ausgeprägte Wahrnehmung der Unterrepräsentiertheit von Migranten in den journalistischen Medien, besonders der eigenen Redaktion, und ob deren Ursachen überhaupt und, wenn ja, wie wahrgenommen werden<sup>10</sup>.

In einem weiteren Schritt werden die konkreten Perspektiven der befragten Medienvertreter für eine Steigerung des Migrantenanteils sowie deren personalpolitische Maßnahmen betrachtet, die dieser Steigerung dienen sollen. Dabei werden folgende Themen berührt: Einleitend wird nach der gegenwärtigen Situation gefragt, also danach, ob die Redaktion derzeit Journalisten mit Migrationshintergrund beschäftigt. Daran schließen sich Fragen nach einer besonderen Personalpolitik für Migranten an, beispielsweise, ob Redaktionen den Wunsch hegen, mehr Migranten einzustellen, und warum sie überhaupt Journalisten mit Migrationshintergrund beschäftigen (wollen).

Zum Abschluss wird geklärt, wie hoch vergleichsweise die Bereitschaft bei den verschiedenen Medientypen ist, Journalisten mit Migrationshintergrund einzustellen. Um weitere Faktoren besonderer Einstellungsbereitschaft zu entdecken, bot es sich an, auch nach den persönlichen Umständen der Interviewpartner, z. B. ihrer Stellung im Beruf, dem Geschlecht, einem möglicherweise vorhandenen Migrationshintergrund usw. zu fragen.

Viele Befragte reagieren zurückhaltend, wenn es darum geht, über persönliche Erfahrungen zu reden, die Kollegen mit Migrationshintergrund betreffen. Vergleicht man die Antworten auf Fragen zu den konkreten Erfahrungen mit denen auf Fra-

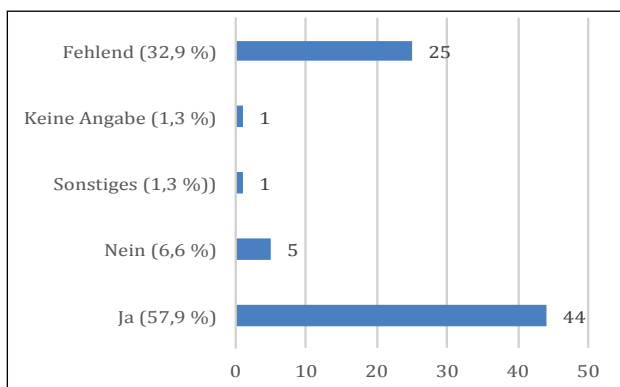
---

10 Als Vergleichsmaßstab für den Anteil von Mitarbeitern mit Migrationshintergrund an der eigenen Redaktion bieten sich die Ergebnisse der Studie von Rainer Geißler und Mitarbeiterinnen über Migranten im deutschen Printjournalismus an; vgl. Geißler et al. 2009.

gen zu den Einstellungen gegenüber Migranten im Journalismus im Allgemeinen, wie sie in Kapitel 2.2.4 („Einschätzungen zur Beschäftigung von Migranten im Journalistenberuf“) dargestellt werden, liegt der Schluss nahe, dass die Medienverantwortlichen sich lieber unverbindlich zu generellen gesellschaftlichen Trends äußern, als konkret über persönliche Erfahrungen zu sprechen. Besonders bei den Fragen zu Stärken und Schwächen von Kollegen mit Migrationshintergrund werden ungern Antworten gegeben, was die Zuverlässigkeit der Auswertung reduziert. Fragen, bei denen die Zahl der Antworten zu gering erscheint, bleiben bei der Auswertung daher unberücksichtigt.

### 2.3.1 Erfahrungen mit journalistischer Arbeit von Migranten im Allgemeinen

Eine Mehrheit der befragten Medienverantwortlichen (57,9 %) gibt an, zumindest schon einmal Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit einem Kollegen oder einer Kollegin mit Migrationshintergrund gemacht zu haben. Lediglich fünf Befragte (6,6 %) äußerten, noch nie mit Migranten als Kollegen in der täglichen Arbeit in Berührung gekommen zu sein.



**Abb. 12** Persönliche Erfahrung der Zusammenarbeit mit Migranten als Kollegen

Obwohl ein Drittel der Befragten (32,9 %) hier nicht geantwortet haben, ist eine Tendenz klar zu erkennen: Viele, jedenfalls deutlich mehr als die Hälfte der Redaktionsleiter, Chefredakteure oder Personalverantwortlichen, können nach



eigenem Zeugnis bei ihrer journalistischen Arbeit in herausgehobener Position auf Erfahrungen zurückgreifen, die sie mit Kollegen gemacht haben, die anderen Kulturkreisen entstammen (vgl. Abb. 12).

Auffällig ist, dass bei vielen die Erinnerung an solche Erfahrungen an ein konkretes Beispiel geknüpft ist. So benennt der damalige stellvertretende Chefredakteur der Westfälischen Rundschau, hinter der zur Zeit der Befragung noch eine Redaktion stand, Frank Fligge, eine positive Erfahrung direkt beim Namen:

„Wir haben übrigens mal kurz einen türkischen Kollegen gehabt. Er ist heute, glaube ich, bei der ARD. Ich weiß nicht, bei welcher Landesanstalt. (...) Ich habe in meiner ganzen Laufbahn noch nie einen Kollegen gehabt, der blitzsauberer hochdeutsch gesprochen hat als er.“

Welche Gründe sehen die Befragten für ihre Erfahrungen? Positive Bedeutung schreiben sie vor allem dem Faktor kultureller Austausch zu. 88,2 Prozent derjenigen Medienverantwortlichen, die im persönlichen Gespräch geantwortet haben, sehen im kulturellen Austausch einen Vorteil bei der Zusammenarbeit mit Kollegen, die eingewandert sind oder von eingewanderten Eltern abstammen. Ein Programmverantwortlicher eines lokalen Fernsehsenders betont das „thinking out of the box“, zu dem Migranten fähig seien und zu dem sie Kollegen ohne Migrationshintergrund anregen könnten. Ferner bräuchten die Kollegen mit Einwanderungsgeschichte einen anderen „Blickwinkel insbesondere in Bezug auf politische und kulturelle Eigenheiten“ mit in die Arbeit. Markus Wöhr, Chefredakteur bei Welle Niederrhein, betont, wie wertvoll deren „Blick auf die Deutschen von außen“ sei. Ein Aspekt, den auch der Redaktionsleiter von Radio WMW, Reiner Mannheims<sup>11</sup>, ausgemacht hat. Für ihn ist es dieser „besondere Blick auf das ‚Deutsche‘“, der Journalisten mit Migrationshintergrund für die Arbeit in seinem Medium wertvoll macht.

Auch im Faktor Zugang zu anderen Kulturkreisen wird von den Befragten Medienverantwortlichen ganz überwiegend ein positiver Aspekt der Beschäftigung von Migranten als Journalisten gesehen. Für 72,2 Prozent der direkten Gesprächspartner hat der Zugang von Migranten zu anderen Kulturkreisen günstige Auswirkungen auf das eigene Medium. So denkt etwa der Chefredakteur von Radio Rur, Dietrich Meier, an die „fundierte[n] Kenntnisse und Kontakte im betreffenden Migrationsbereich“ seiner Mitarbeiter. Und auch Ludwig van der Linde, stellvertretender Redaktionsleiter vom Bocholt-Borkener Volksblatt, denkt in diesem Zusammenhang an das „Wissen über die ‚andere‘ Kultur“.

---

11 Herr Mannheims ist seit Januar 2014 im Ruhestand und nicht mehr Redaktionsleiter von *Radio WMW*

Ein weiterer positiver Faktor sind die Auslandskompetenzen. Von den elf Befragten, die diesen Faktor nannten und bewerteten, machten neun (81,9%) gute Erfahrungen mit Auslandskompetenzen von Kollegen mit Migrationshintergrund.

Deutlich, wenn auch wenig überraschend ist, dass die Kompetenzen, die in der Zusammenarbeit mit Kollegen mit Migrationshintergrund aufgefallen sind, auch als Gründe genannt wurden, die dafür sprechen, Journalisten mit Migrationshintergrund einzustellen (vgl. Kapitel 2.2.4 Einschätzungen zur Beschäftigung von Migranten im Journalistenberuf).

Als negativen Aspekt aus ihren konkreten Erfahrungen sprechen die befragten Redakteure und Personalverantwortlichen vor allem den Faktor ungenügende Sprachkenntnisse an. Hierzu äußern sich immerhin 26 der Befragten. Unter denen, die in den Interviews oder Fragebögen dazu Stellung bezogen, haben knapp 70 Prozent (absolut: 18) mit der Sprachbeherrschung bei Kollegen mit Migrationshintergrund schlechte Erfahrungen gemacht. Eine Redakteurin einer Verlags- und Werbegesellschaft steht nicht alleine, wenn sie ausdrücklich von „mangelnden Sprachkenntnissen“ bei Journalisten mit Migrationshintergrund spricht. Auch der Chefredakteur von Radio Essen, Christian Pflug („deutsche Sprache“), und der Verlagsleiter der Allgemeinen Zeitung (Coesfeld), Ralf Bohlje („Sprache“), geben ein schlechtes sprachliches Ausdrucksvermögen als negativen Aspekt ihrer Erfahrungen mit Journalisten mit Migrationshintergrund an. Dass sie trotz anderer Kompetenzen und Qualifikationen an diesem Kriterium scheitern können, hat auch Peter Harke von der Ahlener Zeitung bei Praktikanten mit Migrationshintergrund erlebt. Er betont, dass viele „vor allem an den Schriftsprachkenntnissen“ scheitern:

„Wir hatten gerade unlängst eine Praktikantin, die aus Bosnien kam und ganz gut Deutsch sprach. Sie hat in Sarajewo studiert, dort schwerpunktmäßig Videofilme gemacht und hier dann einfach mal so ein Schnupperpraktikum gemacht. Sie war ganz pfiffig und sehr lebendig, sehr interessiert. Aber für uns kam sie als Mitarbeiterin definitiv nicht in Frage, weil sie sich schriftlich in der deutschen Sprache nicht annähernd fehlerfrei artikulieren konnte.“

Auch Günter Benning, stellvertretender Redaktionsleiter bei den Westfälischen Nachrichten in Münster, führt ein konkretes Beispiel als negative persönliche Erfahrung an:

„Ich hatte mal eine Französin hier. Sie sagte auch, dass sie an der Schule ihr Leben lang immer Leistungskurs Deutsch hatte. Hier hat sie ein Praktikum gemacht und schrieb zum einen so ein schlechtes Deutsch, dass das schon nicht gut war. Zum anderen hatte sie auch gar kein Verständnis für die Struktur Lokaljournalismus.“

Christoph Pepper, Chefredakteur des Mindener Tageblatts, würde sogar gewisse sprachliche Mängel in Kauf nehmen, wenn der Bewerber mit Migrationshintergrund für das Themenspektrum und für die Zielgruppenarbeit der Zeitung Vorteile bringt:

„Ich wäre ja schon froh, wenn alle unsere deutschen Volontäre die deutsche Rechtschreibung und die deutsche Sprache vernünftig beherrschen würden. Also, da würde ich vielleicht sogar ein bisschen mehr akzeptieren als bei einem deutschsprachigen Bewerber, wenn ich auf der anderen Seite die Chance sehe, dass mir dieser Bewerber, also der Bewerber mit Migrationshintergrund, eben halt für mein Themenspektrum und für meine Zielgruppenarbeit die beschriebenen Vorteile bringen würde. Da könnte man wahrscheinlich, würde man wahrscheinlich sogar bereit sein zu Abstrichen. Wo bei, das wissen Sie ja selber aus der Praxis auch, das hat eine gewisse Grenze, denn in Medienhäusern wie unseren ist eben auch ein Volontär ein in die tägliche praktische Arbeit einbezogener Mitarbeiter, und das Ausmaß der Betreuung, das er braucht, ist begrenzt – oder das er verbrauchen kann, sagen wir es mal so. In diese Kalkulation muss so ein Bewerbungsprofil passen. Aber ich würde letzten Endes sagen, da wäre ich bereit, gewisse Abstriche zu machen – Betonung auf gewisse.“

Auch wenn hier einmal eine gewisse Bereitschaft zur Lockerung des Qualifikationskriteriums der perfekten Sprachbeherrschung erkennbar ist, zeigen die weitaus meisten Antworten, dass deutsche Sprachkenntnisse nicht nur in der allgemeinen Einschätzung der Medienverantwortlichen zur Eignung von Migranten im Journalistenberuf (vgl. Kapitel 2.2.4), sondern auch in deren konkreten Erfahrungen und ihren praktischen Vorstellungen eine überragende Bedeutung als Qualifikationskriterium haben, wenn es um die Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund geht.

Parallel dazu sind bei den von den Befragten genannten negativen Erfahrungen die Faktoren Akzent/Dialekt, Ausdrucksvermögen und Grammatik zu nennen, die sich ebenfalls zum Faktor Sprachkenntnisse zusammensetzen lassen. Für acht der 14 Befragten, die hier antworteten (57,1 %), hat ein Akzent oder Dialekt aufgrund persönlicher Erfahrungen eine negative Auswirkung auf die journalistische Arbeit. Nur für zwei (14,3 %) hat dieser Faktor positive Auswirkungen in der Zusammenarbeit gehabt. Die restlichen vier Befragten stehen dem Thema Akzent/Dialekt neutral gegenüber.

Bei „Grammatik“ und „Ausdrucksvermögen“ sind die negativen Erfahrungen der Medienverantwortlichen sogar noch etwas deutlicher. Neun von 15 auf diese Frage Antwortenden gaben an, bei Journalisten mit Migrationshintergrund Ausdrucksschwächen beobachtet zu haben. Und von den elf Befragten, die zum Thema Grammatik Stellung bezogen, sind acht (72,7 %) der Ansicht, grammatische Schwächen würden die Arbeit von Kollegen mit Migrationshintergrund beeinträchtigen.

Dass Probleme im Umgang mit der deutschen Schriftsprache eine Zeiterscheinung seien, die nicht nur für Menschen mit Migrationshintergrund typisch sei, sondern

für Jugendliche im Allgemeinen zuträfe, geht aus einer Äußerung von Peter Harke von der Ahlener Zeitung hervor. Er prangert die mangelnde Rechtschreibung bei deutschen Schülern generell an:

„Bei den deutschen Schülern ist das mit der Sprache auch oft nicht weit her. Auf jeden Fall in Bezug auf die Rechtschreibung. Es ist zum Teil eine Katastrophe, selbst bei Gymnasiasten. Da wundert man sich manchmal.“

Die Chefredakteurin des Hellweg Radios in Soest, Ruth Heinemann, möchte andererseits die Sprachbeherrschung nicht als allgemeines journalistisches Qualifikationskriterium verstehen:

„Warum soll jemand, der die deutsche Sprache in Schrift, Form und Aussprache beherrscht, noch andere besondere Stärken im Vergleich zu anderen Kollegen haben?“

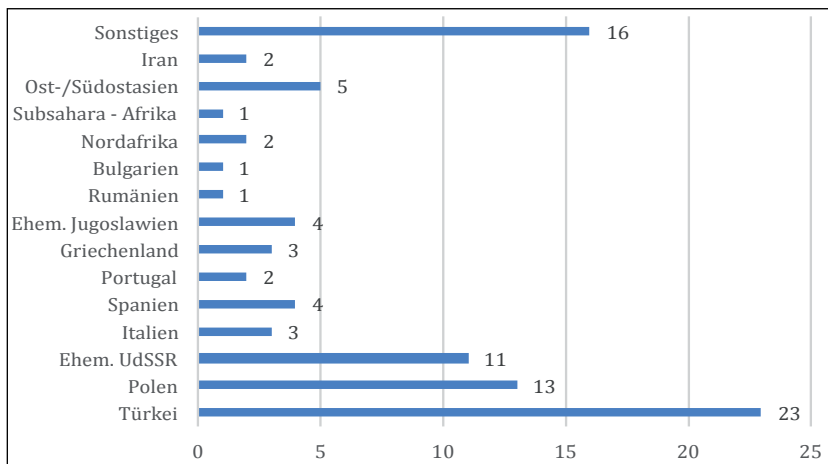
Heinemann ist also eine leitende Journalistin, die sich aufgrund ihrer persönlichen Erfahrungen vorstellen kann, dass es jenseits der Sprachbeherrschung weitere berufsspezifische Kompetenzen gibt, mit denen sich sprachliche Schwächen möglicherweise kompensieren lassen – ein für die Einstellungschancen von Bewerbern mit Migrationshintergrund entscheidender Punkt.

Vergleicht man die Antworten der Medienverantwortlichen auf Fragen zu ihren allgemeinen Einschätzungen mit denen zu ihren konkreten Erfahrungen, zeigen sich erwartungsgemäß deutliche Übereinstimmungen. Sowohl bei den möglichen Eigenschaften von Journalisten mit Migrationshintergrund, die typischerweise als negativ eingeschätzt und wahrgenommen werden (mangelnde Sprachkenntnisse, Ausdrucksschwächen, Akzent oder Dialekt, Unsicherheit in der Grammatik), als auch bei den für positiv gehaltenen Qualifikationen (Zugang zu und Verständnis für andere Kulturen, Auslandskompetenz, interkultureller Austausch) zeigt sich ein sehr ähnliches Bild. Über die Kausalitätsrichtung lassen sich nur Vermutungen anstellen. Prägt das Vorverständnis im Sinne der Theorie kognitiver Dissonanz (vgl. Festinger 2012) die Wahrnehmung der Realität, oder beeinflussen reale Erfahrungen hier die Einschätzungen und Einstellungen? Mit hoher Wahrscheinlichkeit ist anzunehmen, dass beide Effekte eine Rolle spielen. Dass die reale Erfahrung nicht völlig unerheblich ist, sondern Einschätzungen und Einstellungen wenigstens etwas beeinflussen kann, wird dadurch gestützt, dass die Antworten bei den realen Erfahrungen zwar nur leicht, aber doch erkennbar positiver ausfallen als bei den in Kapitel 2.2.4 dargestellten allgemeinen Einschätzungen. Dies spricht dafür, dass sich Bemühungen lohnen, auszubildende oder bereits ausgebildete Journalisten auch in Redaktionen oder Medienbetrieben zu beschäftigen, in denen (noch) Skepsis gegenüber einer journalistischen Kompetenz von Migrant\*innen besteht.

### 2.3.2 Erfahrungen mit journalistischer Arbeit von Migranten im eigenen Betrieb

Im folgenden Abschnitt stehen die Redaktionen der Befragten im Mittelpunkt. Hier muss sich zeigen, ob das von der Bundesregierung im Nationalen Integrations- und -Aktions-Plan vorgegebene Ziel, mehr ethnische Diversität im Medienpersonal zu schaffen, in der Realität der Medienbetriebe greift.

43 der 76 Befragten gaben an, zur Zeit der Umfrage im Winter 2011/2012 Journalisten mit Migrationshintergrund zu beschäftigen. Das entspricht einem Anteil von rund 57 Prozent. 43 Prozent hatten demnach wohl keine Mitarbeiter mit Zuwanderungsgeschichte in ihrem Haus. Angesprochen auf die Herkunft der Kollegen, wurden 91 Angaben gemacht – woraus zu schließen ist, dass in etlichen der 43 betreffenden Redaktionen mehrere Mitarbeiter mit Migrationshintergrund beschäftigt sind<sup>12</sup>. Unter den Herkunftsländern (vgl. Abb. 13) dominieren die Türkei (23), Polen (13) und die ehemalige UdSSR (11).



**Abb. 13** Herkunft von Mitarbeitern mit Migrationshintergrund (n= 91)

12 Zumal es sich hier um spontane Einschätzungen handelt, keine exakten, aus Unterlagen gewonnenen Angaben, ist davon auszugehen, dass die Befragten aufgrund einer von ihnen vermuteten sozialen Erwünschtheit tendenziell mehr journalistische Mitarbeiter mit Migrationshintergrund angegeben haben, als es den realen Verhältnissen in ihrer Redaktion entspricht.

Aus den Daten des Kapitels 2.2.3 (Einschätzungen zur Realität von Migranten in Redaktionen) geht hervor, dass die Unterrepräsentiertheit von Menschen mit Migrationshintergrund im Journalistenberuf vielen Medienverantwortlichen durchaus bewusst ist. Bewerteten doch 44,7 Prozent der Befragten deren Anteil als „unzureichend“. Doch woran liegt diese Unterrepräsentiertheit von Journalisten mit Migrationshintergrund, welche Ursachen hat dieser Mangel? Der Beantwortung dieser Frage galt die Bitte im Fragebogen: „Führen Sie hier mögliche Gründe dafür auf, weshalb Sie keine Redakteure mit Migrationshintergrund beschäftigen“. Die Antworten weisen darauf hin, dass es häufig zu wenig Bewerber mit Migrationshintergrund gibt.

„Migrationshintergrund ist absolut kein Problem. Entsprechende Bewerbungen sind allerdings nicht eingegangen“,

schreibt Paul Senske von Radio Sauerland. Er steht mit dieser Erfahrung nicht allein da. Auch seine Radio-Kollegen Ingo Tölle vom Radio Westfalica („Keine Bewerber“) und Ruth Heinemann vom Hellweg Radio („Weil es keine Bewerbungen gibt“) führen das mangelnde Interesse von Migranten am Journalistenberuf als einen Hauptgrund für die geringe ethnische Diversität in den Redaktionen an. Rüdiger Schlund von Radio Siegen unterfüttert diese Erfahrung mit Zahlen zu Bewerbern mit Migrationshintergrund:

„Im Moment sehr, sehr gering. Ich würde sagen, deutlich unter zehn Prozent.“

Eine Beobachtung, die auch Günter Benning von den Westfälischen Nachrichten wiedergibt:

„Soweit ich das hier beurteilen kann, sind Bewerbungen von Migranten für den Redaktionsbereich sehr, sehr selten. Bei uns gibt es viele Bewerbungen für freie Mitarbeiterschaft. Es sind meistens Studenten, die irgendwie in den Bereich reingucken wollen (...). Auch da sind Migranten nicht häufig vertreten. Und immer dann, wenn solche Leute kommen, dann, denke ich mal, würde man darauf achten: ‚Aha, der sieht ein bisschen anders aus‘ oder ‚Der Name klingt so Olga-mäßig‘. Und es wäre, glaube ich, ein ganz normaler Reflex, wenn man dann sagen würde: ‚Lass mal durchlesen, was sie oder er schreibt.‘“

Peter Pohl, Chefredakteur von Westcom, würde keine Sekunde zögern, einem Bewerber mit Zuwanderungsgeschichte eine Chance zu geben, wenn es ihn denn gäbe:

„Wenn die Bewerberzahl so wäre, dass ich da aus dem Vollen schöpfen könnte, dann würde ich keine Sekunde zögern, das zu machen – warum sollte ich?“

Ein Vertreter eines kirchlichen Presseverbands teilt diese Erfahrung:

„Es hat sich bisher noch nie ein Journalist oder eine Journalistin mit ausländischen Wurzeln bei uns beworben. Bei gegebener Qualifikation käme für uns durchaus ein Journalist aus Russland, der lutherischer Christ ist, oder eine griechisch-orthodoxe Redakteurin in Frage.“

Auch Torsten Sendler vom Sauerlandkurier weist auf die fehlenden Bewerbungen hin und sieht darin eine Ursache für die Unterrepräsentation von Menschen mit Migrationshintergrund im Journalistenberuf:

„Ich beschäftige mich sehr stark mit Ausbildung, generell, im Journalismus. (...) und ich schreibe pro Jahr ungefähr vier bis fünf Stellen aus. Also ich habe, glaube ich, in den vergangenen zehn Jahren nicht eine Bewerbung von jemandem mit Migrationshintergrund erhalten.“

Allerdings gibt es auch Befragte, die im eigenen Betrieb beobachten, dass sich das ändert. Frank Fligge von der Westfälischen Rundschau macht einen stetigen Anstieg von Bewerbern mit Migrationshintergrund in seinem Unternehmen aus:

„Die Zahl derer, die sich fürs Assessment Center bewerben – mit Migrationshintergrund – wird in den letzten Jahren signifikant höher. Das merkt man schon. Auch die Zahl derer – logischerweise –, die dann genommen werden.“

Konkrete Zahlen kann er zwar nicht nennen, doch schätzt er:

„Wir hatten jetzt über 200 Bewerbungen für dieses Jahr. Da waren aber bestimmt zehn bis fünfzehn Prozent mit Migrationshintergrund dabei.“

Darüber hinaus weist Fligge auf eine steigende Anzahl von Bewerbern mit Migrationshintergrund für ein Praktikum hin:

„Da sind ganz viele dabei. Das weiß ich, weil die Bewerbungen ja auch bei mir auf dem Schreibtisch landen, und wir verteilen die dann an die jeweiligen Lokalredaktionen weiter. Da sind ganz viele dabei. Auch zunehmend Russischstämmige in den letzten Jahren. Das ist sehr viel mehr geworden. Aber das sind dann wirklich Leute, so 14, 15, 16 Jahre alt, so in dieser Findungs-Phase. Da steht auch überhaupt noch nicht fest, ob die sich tatsächlich mal für diesen Beruf entscheiden.“

### 2.3.3 Konkrete Maßnahmen zur Förderung ethnischer Diversität im Betrieb

27 Interviewte nahmen zu der Frage Stellung, ob die Beschäftigung von Migranten auf die redaktionelle Arbeit überhaupt Auswirkungen hat. Laut 14 (51,9 %) von ihnen haben Journalisten mit Migrationshintergrund in der Redaktion überwiegend vorteilhafte Folgen. So betont Torsten Sandler vom Sauerlandkurier auch hier noch einmal die anderen Sichtweisen, die durch die Menschen mit Migrationshintergrund in die Redaktion gebracht werden:

„Ja, natürlich haben wir profitiert! Weil er eine ganz andere Sichtweise gehabt hat, eine ganz andere Mentalität. Doch es war zum Teil auch anstrengend, das sage ich Ihnen auch, weil die Mentalität eben wesentlich lockerer war.“

Frank Fligge von der Westfälischen Rundschau zeigt sich sogar überzeugt, dass Redaktionskonferenzen sich durch die verschiedenen Sichtweisen verbessern:

„Wo man es aber merkt, das ist, dass man viele Dinge anders und höher – also auf einem höheren Qualitätsniveau – diskutiert. Also, wenn wir jetzt so eine Eurokrisen-Diskussion haben – in einer Redaktionskonferenz – und Sie haben da einen Portugiesen und einen Italiener und einen Griechen mit am Tisch sitzen, dann diskutieren Sie das logischerweise anders, als wenn Sie in einer Runde von 15 Deutschen da sitzen. Und da wird's dann befruchtend. Weil, die haben einen anderen Einblick. Die haben ja auch noch verwandtschaftliche Verbindungen in die Heimat. Die haben ja auch den Blick der Menschen – aus ihrer Heimat – auf diese Problematik, den wir gar nicht haben können. Das heißt: Die bringen ganz andere Denkansätze und Aspekte mit in unsere Diskussion ein.“

Was wird getan, um sich die Stärken von Journalisten mit Migrationshintergrund in den Redaktionen tatsächlich zunutze zu machen? Wird dem oft festgestellten Mangel an Bewerbern mit Migrationshintergrund mit konkreten Vorschlägen und Maßnahmen entgegengewirkt, die zu mehr ethnischer Diversität in der eigenen Redaktion führen könnten? Mit den im Fragebogen angebotenen Möglichkeiten, wie sich das Interesse von Jugendlichen mit Migrationshintergrund für den Journalistenberuf wecken und fördern lässt, konnten sieben Befragte etwas anfangen. Fünf davon sprachen sich für die Mitarbeit an einer Schülerzeitung aus. Nach ihrer Meinung sollte man versuchen, schon in der Schule an den Journalismus heranzuführen. Für gezielte Werbung sprach sich einer der Interviewten aus.

Neben den Vorgaben konnten die Befragten auch eigene Vorschläge entwickeln, wie sich der Migrantenanteil in deutschen Redaktionen steigern lässt. Zwölf Medienverantwortliche nennen hier eigene Ideen. Neben Workshops, Vorbildern, Ausbil-



dungslehrgängen, Schülerprojekten, Informationstagen und Hospitanzen speziell für Menschen mit Migrationshintergrund spielen vor allem Förderprogramme und eine Teilnahme der Medien an Berufsmessen eine Rolle in den Überlegungen.

Für Rüdiger Schlund von Radio Siegen wäre schon die Teilnahme an Berufsmessen und anderen institutionalisierten Aktivitäten der Berufsvermittlung ein erster Schritt, um den die Medien auch nicht herumkommen würden:

„Dass man sich als Medien auch bei Berufsmessen blicken lässt. Das ist für mich so der erste Schritt. Dass man auch Berufsberater hat, die in die Schulen gehen. Dass man auch an den Unis recht frühzeitig publik macht: ‚Hallo, wir suchen Studenten, die in den Journalismus und die Medienbetriebe wollen.‘ Also, dass man sich da einfach ein bisschen breit macht. Ich denke, da werden wir gar nicht drum herum kommen.“

Frank Fligge von der Westfälischen Rundschau hält gerade für junge Menschen Austauschprogramme für ein probates Mittel, um sie für den Journalistenberuf zu begeistern. Am Ende müssten Menschen mit Migrationshintergrund sich aber aus freien Stücken für den Beruf entscheiden, denn Beschäftigungsverhältnisse nur der Quote wegen hält er nicht für sinnvoll:

„Also, was man verstärken sollte – wenn man die Möglichkeiten hat – ist so etwas wie einen Journalisten-Austausch. Gerade bei den jungen Menschen. Das finde ich schon ganz sinnvoll. Also, durchaus auch so in dieser Phase von Journalistik-Studium oder Volontariat. Das fände ich ganz hilfreich. Ich glaube, da können wir in Deutschland – weil Journalismus ja als Macht in der Demokratie auch wirklich einen Stellenwert hat –, da können andere auch von uns vielleicht ein bisschen noch was lernen. Also gerade, wenn ich jetzt so an diese Entwicklung in Nordafrika denke, wo gerade Demokratien anfangen zu entstehen, auch in der Türkei. Da können wir denen vielleicht auch mehr beibringen als die uns. Aber wir können von denen sicherlich auch einen anderen Blick auf Dinge lernen. Das fände ich ganz hilfreich. Ansonsten so als Medienunternehmen rauszugehen und zu sagen: Wir fördern jetzt ganz bewusst die Einstellung von Menschen mit Migrationshintergrund, das hat dann so was von Quotierung. Da bin ich raus.“

Zurückhaltender äußert sich der Chefredakteur des Iserlohner Kreisanzeigers, Thomas Reunert, zu Maßnahmen, die zur Attraktivität des Journalistenberufs beitragen sollen. Reunert hält nichts von Kampagnen, die den Journalismus „speziell jetzt für ausländische Mitbürgerinnen und Mitbürger attraktiver machen“. Vielmehr setzt er auf Chancengleichheit. Unterstützung erhält Reunert dabei von Christoph Pepper vom Mindener Tageblatt:

„Ich glaube, das Interesse am Beruf kann nicht über Werbemaßnahmen kommen, sondern das Interesse am Beruf kann eigentlich nur aus den Personen kommen. Also,

ich glaube, da wird es eher einer individuellen Förderung bedürfen und auch einer frühzeitigen Ansprache – beispielsweise während der Schulzeit. Dass meinerseits Lehrer, Deutschlehrer, die feststellen: oh, da kann aber jemand gut mit der Sprache umgehen und zeigt auch sonst die entsprechenden sozialen Kompetenzen, dass er den schon mal drauf hinweist, dass es übrigens auch einen Journalistenberuf gibt, der sehr interessant ist – solche Fälle.“

Ein anderer Befragter geht noch einen Schritt weiter:

„Ich weiß nicht ob das ein Beruf ist, ob man Leute erst dazu bewegen sollte, damit sie ihn ergreifen. Altmodische Ansicht: Berufung.“

Noch einen Schritt weiter geht der Chefredakteur einer Kirchenzeitung. Für ihn ist guter, handwerklich sauberer Journalismus das A und O:

„Guten Journalismus machen ist die beste Werbung für den Journalisten.“

Trotz der bekundeten Vorteile ethnischer Diversität im Journalismus allgemein („Der andere Blick“, vgl. Kapitel 2.2.4 und 2.3.1) – 18 der 24 direkt Antwortenden (75 %) betreiben keine besondere Personalpolitik für Migranten. Diese Frage wurde allerdings nur in den 41 persönlich geführten Interviews gestellt. Lediglich fünf gaben an, eine auf Menschen mit Migrationshintergrund zugeschnittene Personalpolitik zu verfolgen. Besonders deutlich wird die personalpolitische Zurückhaltung bei der Frage, ob die Einstellung von Einwanderern im Allgemeinen besonders gefördert wird. 25 der 28 antwortenden Medienvertreter äußerten dazu ein klares „Nein“.

Dagegen ist bei der Frage, ob die Redaktionen gern mehr Menschen mit Migrationshintergrund einstellen würden, eine Tendenz nach oben (acht Ja- gegenüber zwei Nein-Antworten) zu erkennen. Relativiert wird das allerdings dadurch, dass sich für viele Medienvertreter hier mehr „Fragen der Qualität als des ethnischen Hintergrunds“ stellen, wie ein Programmverantwortlicher eines lokalen Fernsehsenders sagt. Auch für Ralf Bohlje von der Allgemeinen Zeitung in Coesfeld ist der Migrationshintergrund „egal“, da für die Einstellungsentscheidung allein die „Qualifikation zählt“. Volker Stennei vom Hellweger Anzeiger kann sich überhaupt nicht vorstellen, dass „mit oder ohne Migrationshintergrund“ bei Personalentscheidungen einen Unterschied macht.

„Also ich bin davon überzeugt, dass die Mehrzahl der Chefredakteure unterscheidet zwischen guten und schlechten Journalisten und nicht zwischen deutschen – oder in Deutschland geborenen, ohne Migrationshintergrund – und Journalisten mit Migrationshintergrund. (...) Das, was wir zu liefern haben, ist Qualität. Und weder ein deutscher Name steht für Qualität, noch ein türkischer Name steht für Qualität.“

Auf die praktische Frage, „Warum beschäftigen Sie Journalisten mit Migrationshintergrund?“, gab nur ein Medienvertreter an, bewusst nach Journalisten mit Migrationshintergrund gesucht zu haben. Zwölf Interviewte sagten dagegen, es habe sich so ergeben.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass eine Praxis, die Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund zu forcieren, deutlich weniger verbreitet ist, als es die Pläne der Bundesregierung erwarten. Konkret tun die Medien (noch) nicht sehr viel, um mehr Migranten in die Redaktion zu bringen. Zwar ist bei Medienverantwortlichen eine Bereitschaft zu erkennen, sich dem Thema zu öffnen; ein grundsätzlicher Wille ist vorhanden, und es gibt auch zaghafte Überlegungen, wie man den Journalistenberuf für Menschen mit Migrationshintergrund attraktiver machen kann. Doch praktische Konsequenzen werden daraus (bisher) kaum gezogen. Und knapp die Hälfte der Befragten (43,4 %) lehnt eine Förderung von Journalisten mit Migrationshintergrund ausdrücklich ab, wobei die ablehnende Haltung sich vor allem aus verbreiteten Bedenken gegen eine Quotenregelung erklärt (vgl. Kapitel 2.2.2). Und es liegt eben auch nicht nur an den Medien. Immer wieder wird betont, wie schwer es sei, geeignetes journalistisches Personal zu finden. Besonders der Mangel an Bewerbungen von angehenden Journalisten mit Migrationshintergrund macht es den Redaktionen schwer.

### **2.3.4 Die Medien der Befragungsteilnehmer**

Für die Eintrittschancen von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in den Journalistenberuf ist ein Überblick über die Medienunternehmen aufschlussreich, bei denen die befragten Redaktionsverantwortlichen beschäftigt sind.

Von den 76 Leitfadeninterviews mit Vertretern von nordrhein-westfälischen Medien wurden 26 bei Zeitungen, 13 bei Zeitschriften, 24 bei Radiosendern, acht bei Fernsehsendern, eines bei einer Nachrichtenagentur und vier bei Medieninstitutionen (Journalistengewerkschaften, Landesmedienanstalt) geführt. Wir gehen zunächst auf die Antworten von Verantwortlichen der Presse ein, die mit 39 zum Interview bereiten Redaktionsleitern ein leichtes Übergewicht hat, und beschäftigen uns dann mit Antworten aus dem Kreis der 32 Rundfunkvertreter (inklusive Fernsehen). Bestätigen sich in der Praxis der eigenen Redaktion die in Kapitel 2.2.4 zusammengefassten Einschätzungen, nach denen nur etwas über zehn Prozent der Befragten die Bereitschaft deutscher Medien, Journalisten mit Migrationshintergrund einzustellen, für „niedrig“ (7,6 %) oder „sehr niedrig“ (4,5 %) halten, während etwa ein Viertel meint, dass diese Bereitschaft „hoch“ (22,7 %) oder sogar „sehr hoch“ (1,5 %) sei und knapp die Hälfte (43,9 %) sie im mittleren Bereich vermutet? Und wie

verhalten sich die in Kapitel 2.2.4 festgestellten Zuschreibungen von spezifischen Problemen mit und Affinitäten zu Journalisten mit Migrationshintergrund an die verschiedenen Medienbereiche im Vergleich zu den konkreten Erfahrungen und Praktiken in der eigenen Redaktion? Zeigen sich (auch) hier medienspezifische Unterschiede? Trotz der grundsätzlich optimistischen Einschätzung zur Einstellungsbereitschaft deutscher Medien gegenüber Journalisten mit Migrationshintergrund sehen mehr als zwei Drittel (69%) hier medienbedingte Unterschiede, während nur ein Fünftel meint, Presse, Rundfunk und andere Mediengattungen hätten gleiche Affinität bzw. Distanz zu Journalisten mit Migrationshintergrund.

Auffallend ist, dass eine überwiegende Mehrheit der Pressevertreter die Sprache als Grund anführt, warum das Printmedium ungeeignet für Migranten sei. Frank Fligge von der Westfälischen Rundschau betrachtet die „deutsche Sprache“ als Haupthindernis für die Einstellung von Migranten in seine Zeitungs-Redaktion:

„Wer als Redakteur bei einem Printmedium arbeitet und nicht in der Lage ist, die deutsche Sprache geradeaus zu schreiben und orthografisch sauber aufzuschreiben... Das funktioniert einfach nicht. Das geht einfach nicht.“

Der Lokalchef einer großen Regionalzeitung teilt diese Ansicht:

„Für den Printberuf muss man einfach richtig schreiben können, und das ist schwer, wenn man von außen kommt. Und sprechen kann man vielleicht schneller als schreiben.“

Interessant ist hier die angedeutete Meinung, dass das Sprechmedium Rundfunk weniger Probleme mit Journalisten mit Migrationshintergrund habe. Auf diese Weise wird das Problem, eine generelle Offenheit gegenüber Journalisten mit Migrationshintergrund in der Praxis zu erreichen, auf eine andere Mediengattung verlagert. Dagegen ist Stefan Aschauer-Hundt vom Süderländer Tageblatt nicht davon überzeugt, dass mangelnde Sprachkompetenz ein medienspezifisches Problem darstellt:

„Denn auch beim Radio muss ich ja Texte schreiben. Ich muss auch Texte vortragen. Ich muss sie auch verständlich vortragen.“

Und auch Christoph Pepper vom Mindener Tageblatt glaubt das nicht:

„Menschen, die keine schriftliche Sprachkompetenz haben, werden auch im mündlichen Ausdruck Sprachschwierigkeiten haben.“

Pepper hält einen hörbaren Migrationshintergrund besonders im Rundfunk für problematisch:

„In der Printbranche ist ein, sagen wir mal, ein hörbarer Migrationshintergrund weniger problematisch als in der Radiobranche oder in der Fernsehbranche. Da hätt' ich überhaupt kein Problem mit. Mir kommt's ja auf's Schreiben an und darauf, dass die Artikel vernünftig sind. Wenn der mit einer hörbaren Sprachfärbung spricht, ist dagegen nichts einzuwenden.“

Trotzdem klingt bei Presseverantwortlichen immer wieder durch, dass das Radio als die bessere Alternative betrachtet wird, um als Journalist mit Migrationshintergrund den Einstieg zu schaffen. Manfred Neunaber, Chefredakteur bei profi, sieht vor allem in der Norm präziser Vermittlung von Informationen das Haupthindernis in der Presse:

„Der Beruf des Journalisten ist sehr komplex. Er soll Informationen an die Zielgruppe vermitteln. Und er tut das sinnvollerweise mit der Sprache der Zielgruppe. Und das macht es so verflucht schwer. (...) Mit der Sprache im Fernsehen und im Hörfunk kann es vielleicht besser funktionieren als beim geschriebenen Wort, als Ausländer in der Landessprache etwas zu verzapfen.“

Unterstützung erhält er von Günter Benning von den Westfälischen Nachrichten. Benning sieht sogar in unvollkommenen Deutschkenntnissen kein Hindernis, um im Hörfunk zu arbeiten.

„Die mangelhafte Beherrschung der deutschen Sprache, der Orthografie, die ist gerade in dem Bereich, wo ich arbeite, natürlich ein Kernproblem. Und darum glaube ich auch, dass es zum Beispiel in den Bereichen Fernsehen, vielleicht auch Radio oder so, sogar noch einfacher ist für Leute, weil es da halt nicht so auffällt, wenn jemand die deutsche Kommasetzung nicht beherrscht und etliche andere Dinge nicht, (...) weil man beim Fernsehen ja auch durch Körpersprache überzeugt und mal ein Aussetzer im Redefluss auch gar nicht so schlimm ist, sondern manchmal auch als charmant oder so betrachtet wird. Aber in den Medien, in denen ich arbeite, da kommt es extrem auf die Beherrschung der Sprache an – also einerseits die richtige Orthografie, die richtige Wortwahl, dann kommt's aber eben auch in vielen Bereichen darauf an, dass Sie die Leute auch verstehen, mit denen Sie zu tun haben. Also nicht nur das Schreiben, sondern auch das Verstehen ist ein Problem.“

Torsten Sandler vom Sauerlandkurier hält das Radio für ein „flüchtigeres Medium“, in dem es Formate – ähnlich wie beim Fernsehen – gibt, die zwischen Entertainment und Journalismus angelegt sind. Hier sieht er die besten Chancen für Journalisten mit Migrationshintergrund, „weil man dort nicht so perfekt wie im Printjournalismus die Sprache beherrschen muss.“ Überwiegend herrscht bei den Printmedien

also die Tendenz vor, perfekte Schriftsprache als Kriterium anzugeben, warum man es mit der Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund schwerer habe als im Rundfunk.

Aber auch Verantwortliche aus dem Hörfunk neigen dazu, Verantwortung für die Unterrepräsentation von Migranten im Journalistenberuf auf den anderen Medienbereich zu projizieren. So ist der Chefredakteur von Radio Bielefeld, Martin Knabenreich, der Ansicht, dass

„es im Print leichter ist, weil Print einfach von der Form so ist, dass diese Vorurteile – da könnte ja was schlecht geschrieben sein und vielleicht auch die damit verbundene Unsicherheit der Betroffenen – unproblematisch sind, weil man gegenlesen kann.“

Für ihn ist gerade die gesprochene Sprache das Problem und damit der Hörfunk das schwierigere Medium für Journalisten mit Migrationshintergrund:

„Ich hab’ da eher die Vermutung, weil die Printmedien so alt sind, dass es da generell auch immer noch ganz viele alte Redakteure gibt. Da ist wenig Bewegung drin. Aber so grundsätzlich ist das Gesprochene auch wesentlich schwieriger.“

Tommi Bollmann von Antenne Niederrhein spricht für viele Interviewte vom Rundfunk, wenn er sagt:

„Man muss schon verstehen können. Weil, Radio ist ein Sekundärmedium, und die Sprache muss sitzen, wenn die nicht sitzt, dann kann man nicht ans Mikrofon.“

Aber wie bei der Presse gibt es auch bei den Interviewten vom Rundfunk einige, die die besondere Dimension der eigenen Anforderungen relativieren und so der Projektion von Verantwortung auf das jeweils andere Medium entgegenwirken. Für Rüdiger Schlund vom Radio Siegen ist Akzent kein Problem und auch kein Grund, eine sonst geeignete Person nicht einzustellen: „Den kriegen Sie wegtrainiert, wenn es sein muss.“

In Kapitel 2.2.4 wurde bereits gezeigt, dass Pressevertreter den Bereich der elektronischen Medien als offener für Journalisten mit Migrationshintergrund bezeichnen, während Vertreter des Rundfunks umgekehrt betonen, dass Printmedien sich besser für die Förderung ethnischer Diversität eignen. Cum grano salis wiederholt sich diese wechselseitige Projektion bei der Wiedergabe konkreter Erfahrungen mit Migranten in der eigenen Redaktion. Die Zuschreibung besonderer Eignung für Journalisten mit Migrationshintergrund an den jeweils anderen Medienbereich korrespondiert bei der Erinnerung an konkrete Erfahrungen unter Erläuterung personalpolitischer Praktiken mit der Erwähnung von – insbesondere

sprachlichen – Schwierigkeiten mit Journalisten mit Migrationshintergrund in der eigenen Redaktion.

Auffällig ist weiterhin, dass das Fernsehen auch aufgrund von Erfahrungen für ein für Migranten besonders offenes und geeignetes Medium gehalten wird, und zwar von Rundfunk- wie von Print-Leuten. Der Geschäftsführer eines Nachrichtensenders glaubt, dass „viele Fernsehredaktionen und Fernsehproduktionsfirmen einfach schlichtweg lockerer sind als klassische Zeitungen.“ Eine besondere Bedeutung komme den öffentlich-rechtlichen Anstalten zu, die laut Martin Beyer von der Rheinischen Post dazu verpflichtet seien, „die Bevölkerung, für die nun berichtet wird, irgendwo auch widerzuspiegeln.“ In gewisser Weise fasst Peter Kloeppel von RTL diese Argumente zusammen:

„Ich weiß, dass es bei den öffentlich-rechtlichen Medien ein relativ klar strukturiertes System gibt mit Integrationsbeauftragten, auch mit stärkeren Selbstverpflichtungen. Auch bei der Frage, wen wir einstellen können, gibt es möglicherweise einen Vorrang für Menschen mit Migrationshintergrund bei Bewerbungen mit gleicher Qualifikation. Da wird noch stärker drauf geachtet, weil man sich als öffentlich-rechtliche Anstalt eher ein, sagen wir mal, Gerüst gegeben hat, in dem das berücksichtigt wird. Bei privaten Medien – egal, ob jetzt Fernsehen, Radio oder auch Zeitung – hat man ein solches Gerüst eher selten. Aber ich sehe ansonsten keine Hinderungsgründe zwischen den Medien.“

### 2.3.5 Erfahrung und Zukunft

Wie es in Zukunft um ethnische Diversität im Journalistenberuf bestellt sein wird, ist schwer vorherzusehen, doch ein Teil der Medienvertreter steht ihr aufgrund eigener Erfahrung zumindest positiv gegenüber. Vor allem die kontinuierlich zunehmenden Sprachkenntnisse junger Leute mit Migrationshintergrund sind für RTL-Chefredakteur Peter Kloeppel positive Signale:

„Ich stelle auch immer wieder fest, dass, wenn wir jetzt in Schulen gehen, in denen wir mit jungen Leuten sprechen, die Migrationshintergrund haben, die Sprachkenntnisse immer besser werden. Auch besser als vor zehn Jahren oder auch vor 20 Jahren. Und dass wir da in zehn Jahren oder in 20 Jahren auch eine ganz neue, sagen wir mal, eine sehr viel bessere Form des Umgangs mit Sprache haben und damit auch eine viel größere Wahrscheinlichkeit, dass Menschen, die sich für den Journalismus interessieren, auch wirklich die Eingangsvoraussetzung für den Journalismus erfüllen.“

Trotz dieser optimistisch stimmenden Erfahrung von Kloeppel, wohl nicht zufällig eines Fernsehjournalisten, dessen Sender im kommerziell motivierten Blick auf das wachsende Publikum mit Migrationshintergrund besonders sensibel ist für Probleme

ethnischer Diversität im Personal, halten andere es für sehr unwahrscheinlich, dass die in den Plänen der Bundesregierung festgelegten Ziele in naher oder mittlerer Zukunft erreicht werden können. Matthias Langrock von den Ruhr Nachrichten:

„Ich glaube, dass der Anteil tendenziell ein Stück weit zunehmen wird. Alleine dadurch, dass immer mehr Menschen mit Migrationshintergrund lange in Deutschland leben, bestens integriert sind und die Sprache perfekt beherrschen, öffnet sich auch der Beruf des Journalisten verstärkt für sie. Aber ich glaube auch, dass wir zu unseren Lebzeiten eine Quote von acht Prozent nicht erleben werden. Es sei denn, die Medien reduzieren die Zahl ihrer Mitarbeiter so radikal, dass sich das auf diesem Weg erledigt. Aber das wollen wir ja alle nicht hoffen.“



## **2.4 Umfrage bei NRW-Medien zur ethnischen Vielfalt im Journalismus – Ergebnisse im Überblick**

Thilo Kötters und Horst Pöttker

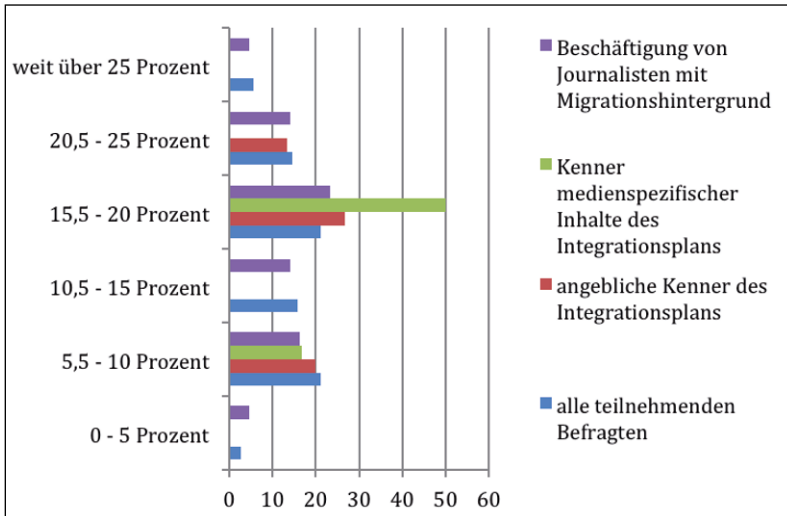
In vielen Aspekten ist deutlich geworden, wie Medienunternehmen das Thema ethnische Diversität in der Gesellschaft, der Medienbranche allgemein und speziell in ihrer eigenen Redaktion wahrnehmen. In diesem Abschnitt sollen nun Teilfragen der übergeordneten Forschungsfrage gegenübergestellt und mit ihr abgeglichen werden.

Zu Beginn der Medienbefragung ging es um Wissen und Einstellungen. Die Befragten sollten sich am Anfang zu den realen Verhältnissen in Deutschland äußern. Zunächst standen also Wissen und Einschätzungen zu Deutschland als Einwanderungsgesellschaft im Vordergrund, bevor die Fragen sich immer weiter auf den Journalismus spezialisierten. Die Redakteure und Verlagsleiter sollten ihre Einstellung zur Bedeutung der Migration für den Journalismus darlegen, außerdem die realen Verhältnisse einschätzen, was Zahl und Situation von Migranten im Journalismus betrifft. Anschließend ging es darum, welche Faktoren nach Einschätzung der Befragten die Beschäftigung von Migranten im Journalismus begünstigen und welche sich negativ auswirken. Im zweiten Teil der Medienbefragung waren dann zunächst persönliche Erfahrungen mit der Rolle von Migranten im Journalistenberuf im Allgemeinen gefragt, bevor es konkret um das Medienunternehmen ging, bei dem der Befragte beschäftigt ist. Hier drehten sich die Interviews um unmittelbare Erfahrungen mit Kollegen mit Migrationshintergrund und die Stärken und Schwächen, die die Befragten im täglichen Umgang mit ihnen konkret wahrgenommen haben. Abschließend wurden noch Daten zur Person der Befragten sowie zum Medium der Befragten erhoben.

Im Folgenden soll zunächst möglichen Zusammenhängen nachgegangen werden. Dabei steht nicht mehr die gesamte Stichprobe im Fokus, sondern Teilgruppen, für deren spezielle Sichtweisen und Kenntnisse sich ein Blick auf die Umfrageergebnisse lohnt. Eine interessante Frage ist, ob Sensibilität für das Thema Integration allgemein dazu führt, dass entsprechende Befragte anders antworten als die Gesamtgruppe, zum Beispiel, weil sie sich im Themenfeld „Migration und Medien“ besser auskennen oder weil sie selbst daran arbeiten wollen, den Migrantenanteil in ihrer Redaktion zu steigern. Um für die Integrationsproblematik sensibilisierte Personen zu betrachten, vergleichen wir zunächst diejenigen 15 Personalverantwortlichen, die angegeben haben, den Nationalen Integrationsplan zu kennen (19,7 % bzw. ein Fünftel), mit allen Befragten und anderen Gruppen.

Bereits bei den ersten Kategorien (vgl. Abb. 14) fällt auf, dass sich diese Gruppe in ihren Antworten nicht wesentlich von der Gesamtgruppe unterscheidet, in einigen

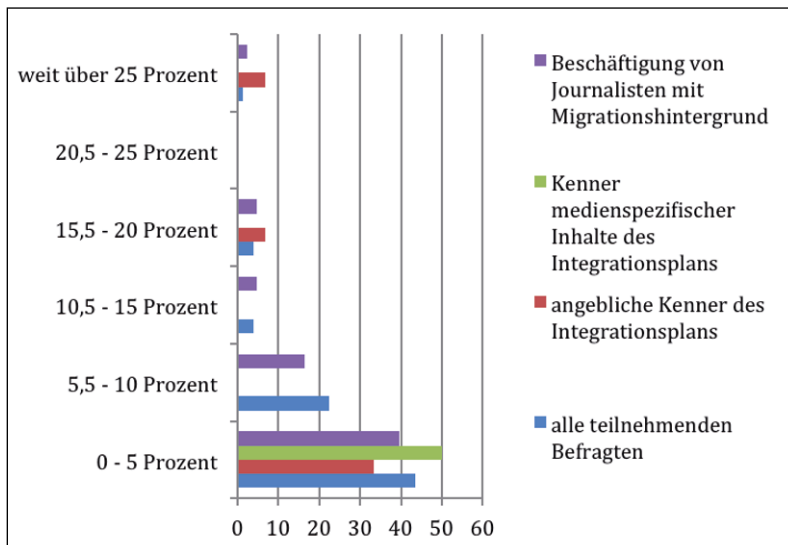
Fragen sogar weniger tief in der Materie zu stecken scheint als der Durchschnitt der Teilnehmer. So grenzen beispielsweise 26,7 Prozent derjenigen, die angeben, den Integrationsplan zu kennen, den Migrantenanteil in Deutschland mit „zwischen 15,5 und 20 Prozent“ richtig ein – in der Gesamtgruppe sind es mit 21,1 Prozent nur unwesentlich weniger.



**Abb. 14** Schätzung des Migrantenanteils in Deutschland

Den Zeitpunkt, seit wann Deutschland ein Einwanderungsland ist, geben in der Gruppe der angeblichen Kenner des Integrationsplanes 26,7 Prozent mit „1950 bis 1970“ an, in der Gesamtgruppe sind es mit 36,8 Prozent sogar mehr. Bei der Frage nach der größten ethnischen Gruppe liegt die sensibilisierte Teilgruppe noch deutlicher daneben als die Gesamtgruppe – sogar zwei Drittel der Befragten, die angeben, den Integrationsplan zu kennen, nennen hier die Türken als größte ethnische Gruppe, im Durchschnitt aller Befragten liegt die Zahl nur bei knapp 40 Prozent. Immerhin wusste ein Befragter aus der Teilgruppe der Sensibilisierten die Menschen aus der ehemaligen UdSSR als größte Migrantengruppe zu nennen, zu dem aus dem Gesamtfeld derjenigen, die nicht angeben, den Integrationsplan zu kennen, noch ein Befragter kommt, der die laut WDR (WDR 2011: 3) größte ethnische Migrantengruppe richtig benennt.

Auch bei den medienspezifischen Fragen stechen die Ergebnisse derjenigen, die angeben, den Integrationsplan zu kennen, nicht sonderlich aus dem Gesamtbild hervor (vgl. Abb. 15). Den korrekten Migrantenanteil im Journalistenberuf („0 – 5 Prozent“) nennt aus dieser Gruppe lediglich ein Drittel, im Gesamtfeld sind es 43,4 Prozent. Einer der angeblichen Kenner des Integrationsplans nennt sogar die utopische Zahl von „25 Prozent und höher“, während im gesamten Sample kein weiterer Befragter diesen Anteil derart hoch einschätzt.



**Abb. 15** Schätzung des Migrantenanteils im Journalismus

Dass der Anteil der Migranten am Journalismus unzureichend ist, sagen erheblich mehr Befragte in der sensibilisierten Teilgruppe als im Gesamtfeld, nämlich 46,7 gegenüber 33,3 Prozent (vgl. Abb. 16). Die Bereitschaft deutscher Medienunternehmen, Migranten einzustellen, schätzt die Teilgruppe dann mit 40,0 Prozent wieder recht ähnlich wie die Gesamtgruppe (43,9 %) mittelmäßig und mit 20,0 gegenüber 22,7 Prozent hoch ein (vgl. Abb. 17).

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage, ob die Beschäftigung von Migranten im Journalistenberuf gefördert werden soll. Hier beantworten 13,3 Prozent der angeblichen Kenner des Integrationsplans die Frage mit „ja“ (Gesamtgruppe

13,2 %), 46,7 Prozent mit „nein“ (Gesamtgruppe 43,7 %). Nur ein Blick auf die Zahl derjenigen Kenner des Integrationsplans, die selbst Migranten in der Redaktion beschäftigen, zeigt eine Auffälligkeit: Ihr Anteil ist im Vergleich zur Gesamtgruppe erkennbar höher – mit 73,3 gegenüber 56,6 Prozent.

Dass die Befragten, die angeben, den Integrationsplan zu kennen, nicht unbedingt ausgewiesene Experten für das Thema Migration sind, lässt sich auch mit Zitaten belegen. Oft ist es der bloße Begriff, der den Befragten im Gedächtnis geblieben ist, eine intensive Beschäftigung mit den Inhalten hat meistens nicht stattgefunden. Ein exemplarischer Beleg für die oben in Zahlen deutlich gewordene Erkenntnis, dass die Teilgruppe der angeblichen Kenner des Integrationsplans nur durchschnittlich oder sogar unterdurchschnittlich mit der Problematik vertraut ist, wenn man konkrete Resultate in dieser Gruppe mit den Ergebnissen der Gesamtgruppe vergleicht, ist dieses Zitat von Martin Knabenreich, Chefredakteur von *Radio Bielefeld*:

„Ich hab davon gehört und ich hab darüber Beiträge gehört, aber kennen wäre übertrieben.“

Auch Christoph Pepper, Chefredakteur des *Mindener Tageblatts*, bekennt Wissenslücken:

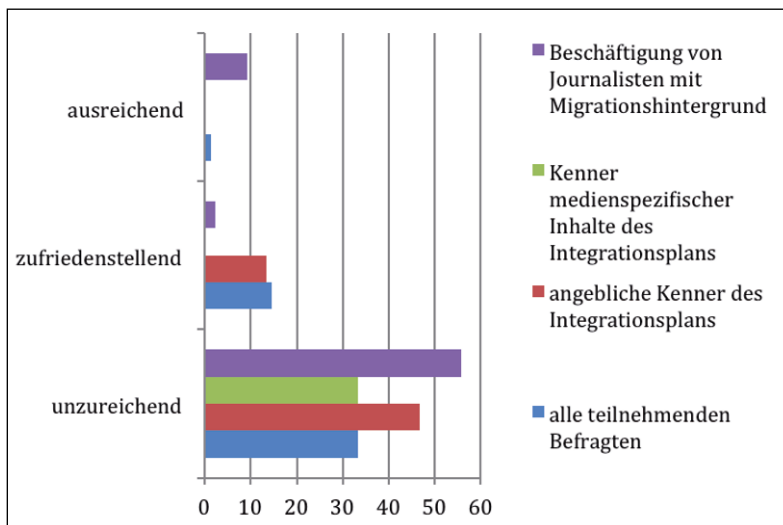
„Im Einzelnen jetzt? Welche Schritte der vorgibt und so weiter? Nein. Da kann ich Ihnen jetzt nicht mit dienen.“

Mit diesen Zitaten im Hinterkopf könnte ein Blick auf diejenigen Personalverantwortlichen ergiebiger sein, die *allgemeine Inhalte* des Nationalen Integrationsplans nennen. Da diese Gruppe aber lediglich vier Befragte umfasst und diese Befragten ein relativ unspezifisches Wissen an den Tag legen, soll auf die Gruppe derjenigen, die *medienspezifische* Inhalte des Integrationsplans angeben können, zurückgegriffen werden. Sie umfasst immerhin sechs Befragte, was einem Anteil von 7,9 Prozent entspricht. Zwar besteht auch hier die Gefahr, dass Befragte lediglich raten, was im Integrationsplan zum Thema Medien und Migranten steht – aber damit, dass lediglich Halbwissen geäußert wird oder Vermutungen als bekannte Tatsachen angegeben werden, ist bei der Methode Befragung immer zu rechnen.

Schon bei der Frage, wie hoch der Migrantenanteil in Deutschland ist, liegt der Anteil derjenigen, die richtig antworten, in dieser kleinen Teilgruppe des Samples immerhin bei 50 Prozent (Gesamtgruppe 21,1 %). Den Zeitpunkt, seit wann Deutschland ein Einwanderungsland ist, datieren überdurchschnittlich viele, nämlich zwei Drittel der Befragten dieser Gruppe, mit „1950 bis 1970“ auf die Zeit der Anwerbung von Gastarbeitern, während es in der Gesamtgruppe nur knapp über ein Viertel der Befragten sind. Zutreffender als im Durchschnitt aller

Befragten sind die Kenntnisse auch bei der Frage, welche ethnischen Gruppen in Deutschland die größten sind. Hier nennen ein Drittel der sechs Befragten, die medienspezifische Inhalte des Integrationsplans anzugeben wissen, die Menschen aus der ehemaligen Sowjetunion immerhin als zweitgrößte ethnische Gruppe, obwohl sie inzwischen die größte sein soll (vgl. WDR 2011: 3). Auf Platz eins der größten Migrantengruppen sehen fünf der sechs Befragten des Teilsamples einigermaßen realistisch die Türken, einer nennt die Polen, die laut aktuellen Zahlen tatsächlich die drittgrößte ethnische Gruppe bilden (vgl. ebd.).

Den Migrantenanteil im Journalismus schätzen überraschenderweise nur drei von sechs Befragten dieser Gruppe richtig mit „0 bis 5 Prozent“ ein, der Anteil ist aber mit 50 Prozent immerhin etwas höher als in der Gesamtgruppe (43,4 %). Die Frage nach der Angemessenheit dieses Anteils (vgl. Abb. 16) beantworten zwei von den sechs Teilnehmenden mit „unzureichend“ (Gesamtgruppe ebenfalls ein Drittel), allerdings machte einer der Befragten keine Angabe, und drei dieser Teilnehmenden wurde die Frage gar nicht gestellt. In der Gruppe der nur Sensibilisierten (angebliche Kenner des Integrationsplans) liegt der Anteil höher bei knapp der Hälfte. Eine allgemeine Förderung der Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund lehnt die Hälfte der Befragten der Teilgruppe mit konkreten Kenntnissen zum Integrationsplan ab, im Gesamtfeld sind es mit 43,4 Prozent etwas weniger.



**Abb. 16** Beurteilung des Migrantenanteils im Journalismus

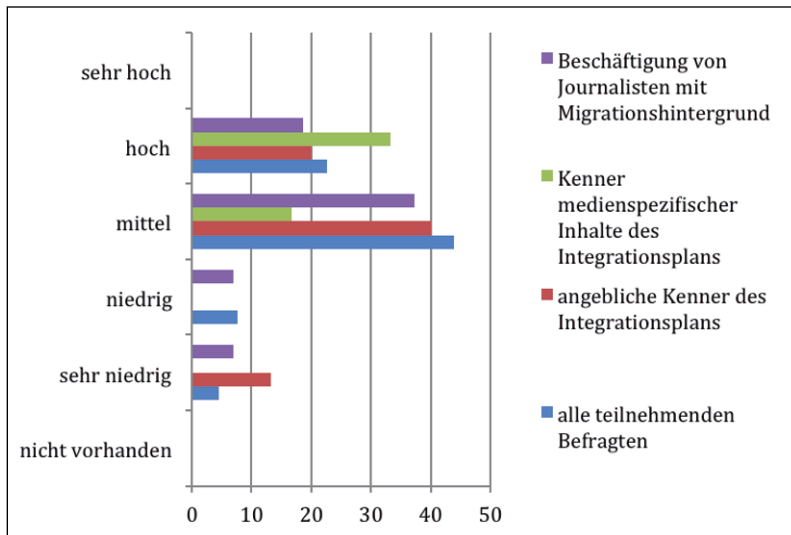
Zwar können die Mitglieder der Teilgruppe, die medienspezifische Inhalte des Nationalen Integrationsplans nennen, in Teilbereichen punkten; insgesamt bleiben ergiebige Ergebnisse jedoch aus. Auch hier weist ein exemplarisches Zitat darauf hin, dass einige der sechs Personen der Teilgruppe bei diesen Nennungen eher Glückstreffer gelandet haben dürften. Ingo Lehnick, Chefredakteur des *epd*-Landesdienstes West, zum Nationalen Integrationsplan:

„Also, ich habe ihn nicht im Detail gelesen, aber wenn ich das richtig im Kopf habe, (...) verfolgt er zweierlei Ziele. Zum einen, dass mehr Migranten in Medienberufe kommen und dass (...) natürlich breiter über Migranten berichtet wird, also dass nicht dieses Merkmal so besonders herausgestellt wird, sondern sie sozusagen mit allen Facetten dargestellt werden.“

Nun soll noch eine dritte Teilgruppe des Gesamtfeldes der Befragten näher betrachtet werden: diejenigen, die selbst Migranten in der Redaktion beschäftigen. Immerhin geben 43 von 76 Befragten das an. Diese unterscheiden sich in ihren Antworten auf Wissensfragen nur unwesentlich von der Gesamtgruppe. Den richtigen Migrantenanteil in Deutschland (15,5 bis 20 %) nennen beispielsweise 23,1 Prozent dieser Gruppe, während es bei allen Befragten 21,3 Prozent sind (vgl. Abb. 14). Auch die Antworten auf die Frage nach dem Zeitpunkt, seit wann Deutschland nach Meinung der Befragten ein Einwanderungsland ist, sind gegenüber der Gesamtgruppe nur leicht verschoben. Beispielsweise nennen 36,8 Prozent die Jahre 1950 bis 1970 gegenüber 30,2 Prozent aller teilnehmenden Befragten. Auch aus dieser Teilgruppe nennt nur ein Befragter die Menschen aus der UdSSR als größte ethnische Gruppe unter den Migranten in Deutschland, im Gesamt der Befragten sind es zwei. Die – nach WDR 2011 – falsche Antwort „Türken“ geben aber mit 39,5 Prozent deutlich weniger derjenigen Befragten, die selbst Migranten beschäftigen. In der Gesamtgruppe sind es 51,2 Prozent.

Was Inhalte des Integrationsplans betrifft, sind die Antworten in dieser Teilgruppe durchschnittlich – so machen 27,9 Prozent konkrete Angaben, in der Gesamtgruppe sind es 31,7 Prozent. Nur 9,3 Prozent derjenigen, die angeben, Journalisten mit Migrationshintergrund zu beschäftigen, nennen *medienspezifische* Inhalte des Nationalen Integrationsplanes (gesamt 14,6 %). Immerhin vermuten lediglich 2,3 Prozent, dass gar nichts Medienspezifisches im Plan steht, in der Gesamtgruppe ist der Anteil mit 19,5 Prozent fast neun Mal so hoch. Keine wesentlichen Unterschiede zur Gesamtgruppe sind bei den Fragen zum Migrantenanteil im Journalistenberuf (vgl. Abb. 15) und zur Einstellungsbereitschaft der Medienunternehmen gegenüber Migranten (vgl. Abb. 17) zu erkennen. Einzig die Frage, ob der tatsächliche Migrantenanteil im Journalismus angemessen ist, beantworten deutlich mehr Befragte

der Teilgruppe mit „unzureichend“ (55,8 %), als das die Menge aller Befragten tut (33,3 %, vgl. Abb. 16).



**Abb. 17** Einschätzung der Bereitschaft deutscher Medien, Migranten zu beschäftigen

Die Frage, wie sich die Beschäftigung von Migranten in der Redaktion auswirkt, beantworten 27,9 Prozent dieser Teilgruppe mit „vorteilhaft“, 20,9 Prozent beurteilen sie neutral und antworten „keine Auswirkung“. In der Gesamtgruppe sind es bei den beiden Ausprägungen nur 18,4 und 13,2 Prozent. Nur ein Befragter unter den 43, die Journalisten mit Migrationshintergrund beschäftigen, gibt an, problematische Erfahrungen mit ihnen gemacht zu haben. Wenig überraschend ist, dass diese Frage in der Teilgruppe von einem höheren Anteil an Befragten überhaupt beantwortet wird – nur bei 46,5 Prozent tauchen hier fehlende Werte auf, in der Gesamtgruppe bei 64,5 Prozent. Schließlich können nur Befragte, die tatsächlich Kollegen mit Migrationshintergrund haben, diese Frage glaubhaft beantworten. Etwas überraschend ist aber, dass die absolute Zahl der gültigen Antworten nicht der in der Gesamtgruppe entspricht. 23 Befragte, die Journalisten mit Migrationshintergrund beschäftigen, haben geantwortet. In der Gesamtgruppe waren es mit 27 Befragten vier mehr. Demnach haben sich einige Personalverantwortliche, die keine Beschäftigten mit Migrationshintergrund haben, eine Antwort zugetraut und

eingeschätzt, wie sich deren Präsenz auf die Arbeit in der Redaktion auswirken würde – oder einige, die die Frage nach Beschäftigten mit Migrationshintergrund nicht explizit beantwortet haben („fehlende Werte“), antworten indirekt mit „ja“, indem sie auf die Auswirkungen der Beschäftigung von Migranten auf die Arbeit in der Redaktion zu sprechen kommen.

Den 41 Gesprächspartnern der Telefon- und Vor-Ort-Interviews wurde nicht nur die Frage gestellt, ob eine Steigerung des Anteils von Migranten in den Redaktionen erstrebenswert sei, sondern auch, ob sie konkrete Vorschläge hätten, wie sich dieser Anteil steigern ließe. Hier gaben immerhin 46,3 Prozent (19 Befragte) eine Antwort. Fünf Antworten lassen sich der Kategorie „Schule und Schülerzeitung“ zuordnen, jeweils ein Befragter nannte den „Medienkonsum im Elternhaus“ und „gezielte Werbung“. Der Rest gab teils abwägende, teils eigenständige Antworten, die Vorschläge enthielten wie einen Journalisten-Austausch oder die Förderung bereits im Kindergarten.

Welches Bild geben diese der Migrationsthematik vermutlich etwas offener befragenden Befragten in anderen Untersuchungsbereichen ab? Bemerkenswert ist, dass 73,7 Prozent der 41 zum persönlichen Interview Bereiten selbst Journalisten mit Migrationshintergrund in der Redaktion beschäftigten – rechnet man alle Befragten ein, sind es 55,8 Prozent. Ansonsten verhält es sich wie bei den anderen betrachteten Teilgruppen: Generelle Schlüsse aus einem Antwortmuster abzuleiten, ist angesichts des immer noch relativ geringen absoluten Umfangs dieser Teilgruppe schwierig. Und ihre Antworten unterscheiden sich eben auch nicht deutlich von denen der Gesamtgruppe.

Bei einem zusammenfassenden Blick auf die betrachteten Teilgruppen ist festzustellen, dass sie sich nicht sonderlich vom Durchschnitt der Antwortenden bei dieser Untersuchung unterscheiden – obwohl die Filterfragen, anhand derer diese Gruppen gebildet wurden, dazu dienen sollten, an der Thematik Migration/Integration Interessierte oder zumindest für diese Thematik Sensibilisierte zu identifizieren. Offensichtlich weisen z. B. positive Antworten auf Fragen nach der Bekanntheit des Nationalen Integrationsplanes und nach medienspezifischen Inhalten dieses Plans die Antwortenden nicht als Fachleute aus, die zu anderen Fragen aufschlussreiche andere Ansichten äußern oder von anderen Erfahrungen berichten könnten. Sogar Befragte, die selbst Migranten in der Redaktion beschäftigen – und das sind nach Selbstauskunft überraschend viele –, lassen in den meisten Bereichen kaum ein anderes Wissen oder andere Einschätzungen erkennen; nur einzelne Befragungsergebnisse fallen etwas anders aus.

Bei einem kombinierten Blick auf beide Teile der Medienbefragung, also allgemeines Wissen und Einschätzungen der Befragten einerseits und Erfahrungen mit und Realität von Migranten im eigenen Medienbetrieb andererseits, erscheint es



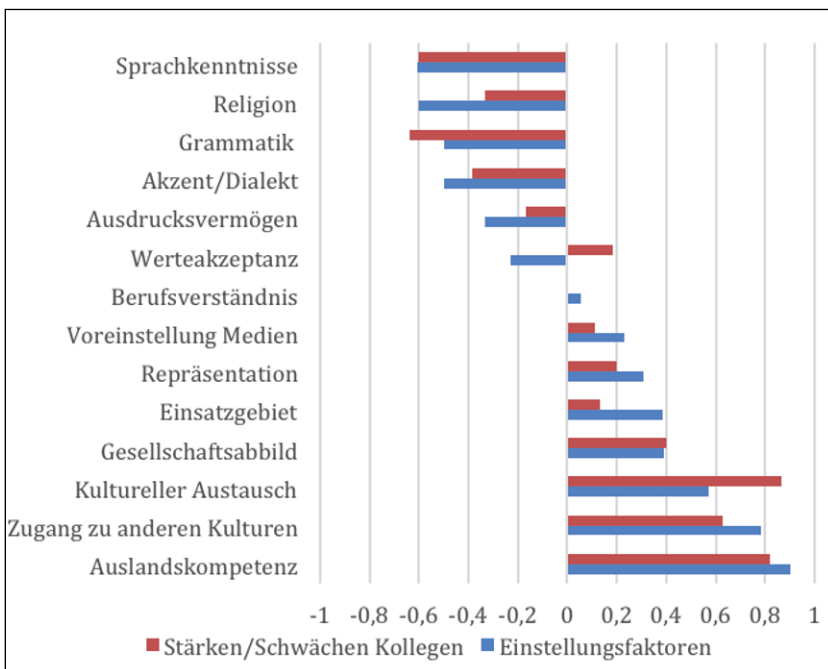
lohnend zu prüfen, ob sich Einschätzungen mit persönlichen Erfahrungen decken und welche Widersprüche möglicherweise auftauchen.

Themenfelder, die wie geschaffen sind für einen direkten Vergleich, sind die von den Befragten geäußerten *Faktoren, die die Einstellung von Journalisten mit Migrationshintergrund beeinflussen*, sowie die *Stärken und Schwächen von Kollegen mit Migrationshintergrund*. Da hier in den Interviews jeweils auf die gleichen Faktoren Bezug genommen wurde, können die durchschnittlichen Ausprägungen direkt nebeneinander gestellt werden. Wie beschrieben, sollten die Befragten beim Themenfeld „Beschäftigung von Migranten“ einschätzen, ob ein Faktor negative (-1), neutrale (0) oder positive (1) Auswirkungen auf die Bereitschaft zur Einstellung von Journalisten mit Migrationshintergrund hat. Analog sollten sie beim Blick auf ihre Erfahrungen mit Kollegen mit Migrationshintergrund angeben, inwieweit deren besondere Eigenschaften sich negativ (-1), weder negativ noch positiv (0) oder positiv (1) auf die journalistische Tätigkeit ausgewirkt haben.

Zu beachten ist bei diesem Vergleich, dass nicht alle der 41 Befragten Aussagen zu allen Einstellungsfaktoren oder zu allen Stärken und Schwächen von Kollegen abgegeben haben. Deshalb wurde hier wie schon bei der Einzelbetrachtung dieser Kategorien der Mittelwert der gegebenen Antworten gebildet. Bei möglichen Widersprüchen zwischen der Einschätzung der allgemeinen Situation und den persönlichen Erfahrungen steht deshalb nur das Gesamtbild derjenigen, die sich in dem einen Bereich zu einzelnen Faktoren geäußert haben, dem Gesamtbild derjenigen gegenüber, die sich in dem anderen Bereich zu einzelnen Faktoren geäußert haben. Da beiden Vergleichsdimensionen Mittelwerte zugrunde liegen, kann die Gegenüberstellung gleichwohl aufschlussreich sein (vgl. Abb. 18).

Beim Vergleich ist zunächst festzustellen, dass bei allen Faktoren bis auf einen die Grundtendenz gleich ist: Faktoren, die die Befragten als positiv für die Einstellung eines Journalisten mit Migrationshintergrund ansehen, fallen auch in der Zusammenarbeit mit Kollegen positiv auf. Und Faktoren, die nach Ansicht der Befragten einer Beschäftigung im Wege stehen, sind den Medienschaffenden auch im persönlichen Umgang mit Migranten negativ aufgefallen.

Einzig beim Faktor **Werteakzeptanz** ergibt sich ein Unterschied zwischen der Einschätzung der Gesamtsituation und den tatsächlichen Erfahrungen: Während der Mittelwert bei den eingeschätzten Faktoren sich hier als leicht negativ darstellt (-0,23), die Befragten also eine mögliche Inkompatibilität der Werte von Migranten mit der journalistischen Arbeit in Redaktionen sehen, haben sie im persönlichen Umgang positivere Erfahrungen mit den Wertvorstellungen ihrer Migranten-Kollegen gemacht – hier ist der Wert leicht positiv (0,18). Die Differenz von 0,41 weist auf eine Problematik hin, die im Umgang mit Migranten nicht nur unter Journalisten oft das Denken bestimmt: Vorurteile.



**Abb. 18** Mittelwerte der Einflussfaktoren auf die Beschäftigung von Migranten

Vorurteile könnten auch für andere auffällige Differenzen verantwortlich sein. Alle weiteren Faktoren, die die Befragten als negativ für Einstellungen von Migranten in Medienbetriebe klassifiziert haben, sind ihnen auch im persönlichen Kontakt negativ aufgefallen. Allerdings in vier von fünf Fällen weniger stark. Bei drei von vier Faktoren, bei denen es um die schriftliche und mündliche Kommunikation geht, scheinen die Praxiserfahrungen sich als besser erwiesen zu haben als generell eingeschätzt. Beim allgemeinen Faktor **Sprachkenntnisse** allerdings kaum erkennbar mit -0,60 (Stärken/Schwächen von Kollegen) gegenüber -0,61 (eingeschätzte Beschäftigungsfaktoren); beim Faktor **Akzent/Dialekt** liegen die persönlichen Erfahrungen aber mit -0,38 schon deutlich vor den eingeschätzten Beschäftigungsfaktoren (-0,50); und noch größer ist die Differenz beim **Ausdrucksvermögen**, dem bei einer möglichen Einstellung mit -0,33 ein doppelt so negativer Einfluss zugeschrieben wird, als er sich bei späteren persönlichen Erfahrungen zeigt (-0,17). Auch die Erfahrungen mit der **Religion** von Kollegen sind analog zu den Erfah-

rungen mit den Werten in der Praxis deutlich besser, als das unter den Befragten für allgemeine Beschäftigungsfaktoren angenommen wird. Einem Wert von -0,60 für die angenommenen Einstellungschancen steht ein fast um die Hälfte besserer Wert von -0,33 bei den persönlichen Erfahrungen gegenüber.

Einziger Ausreißer an dieser Stelle ist der Faktor **Grammatik**, bei dem die persönlichen Erfahrungen offenbar schlechter sind (-0,63) als die Einschätzung, ob dieser Faktor einer Beschäftigung im Wege steht (-0,50).

Bei den Faktoren, die sowohl in einen als auch in anderen Themenfeld als positiv genannt werden, ergibt sich ein anderes Bild. Hier sind in sechs von acht Fällen die persönlichen Erfahrungen schlechter, als die Eigenschaften der Migranten allgemein beurteilt werden. So wird die **Auslandskompetenz** bei den Beschäftigungsfaktoren mit 0,90 eingeschätzt, bei den Stärken/Schwächen von Kollegen erreicht sie jedoch nur 0,82. Der Faktor **Zugang zu anderen Kulturen** liegt bei der allgemeinen Einschätzung der Eignung von Migranten bei 0,78, bei den persönlichen Erfahrungen dagegen nur bei 0,63. Dass Journalisten mit Migrationshintergrund repräsentative Funktionen erfüllen können (Faktor **Repräsentation**), haben die Befragten ebenfalls weniger stark in ihrem Erfahrungsschatz abgespeichert (0,20), als sie es als für die Einstellung förderlich ansehen (0,31). Auch der Faktor **Voreinstellung der Medien** sticht bei den persönlichen Erfahrungen mit einem Wert von 0,11 weniger positiv heraus als bei den angenommenen Beschäftigungsfaktoren (0,23). Dass Journalisten mit Migrationshintergrund für ein bestimmtes **Einsatzgebiet** prädestiniert sind, haben die Befragten sogar nur mit einem Wert von 0,13 auf der positiven Seite ihrer Erfahrungen beurteilt, bei den eingeschätzten Beschäftigungsfaktoren liegt der Wert jedoch bei 0,39 – die größte Differenz zwischen Werten mit positiver Ausprägung. Fast gleichauf liegen die Werte hingegen bei dem Faktor, der ein anderes Berufsverständnis bei Migranten voraussetzt (eingeschätzte Beschäftigungsfaktoren: 0,05; Erfahrungen mit Stärken/Schwächen von Kollegen: 0).

Im Überblick zeigen diese Ergebnisse, dass ein angenommenes Bild, was für Journalisten mit Migrationshintergrund „im Allgemeinen“ typisch sei, sich in der Praxis nicht bewahrheitet. Fraglich erscheint nur, warum die Befragten sich trotz ihrer positiven Erfahrungen zu Beginn der Interviews negativ(er) äußern, wenn es um die allgemeine Situation geht. Wenn das nicht darauf zurückzuführen ist, dass in die Berechnung der Mittelwerte Antworten unterschiedlicher Befragter eingeflossen sind, kann hier soziale Erwünschtheit eine Rolle spielen. Denn auf eine relativ allgemein formulierte Frage, ob ein bestimmter Faktor „bei Medienunternehmen“ für oder gegen die Einstellung eines Migranten sprechen kann, trauen sich die Befragten unter Umständen eine ehrlichere Antwort zu als bei persönlichen Erfahrungen. Hier könnten sie annehmen, dass der Interviewer von ihnen erwartet, diese müssten besser sein, um Vorurteile zu widerlegen.

Außerdem ist bei den zugrundegelegten Mittelwerten Vorsicht geboten, was sie jedoch nicht gleich wertlos macht. Bei der relativ geringen Zahl der Befragten, die sich zu den einzelnen Faktoren geäußert haben (zwischen neun und 23 Personen bei der Einschätzung von Beschäftigungsfaktoren; zwischen sechs und 23 Personen bei den Stärken und Schwächen von Migranten-Kollegen) können unter Umständen einzelne untypische Einschätzungen die Durchschnittswerte verhältnismäßig stark beeinflussen.

Stellt man schließlich den positiv und negativ besetzten Beschäftigungsfaktoren jeweils die Stärken und Schwächen im persönlichen Umgang mit Migranten gegenüber (vgl. Tab. 7), werden die Übereinstimmungen und Widersprüche noch einmal deutlich.

**Tab. 7** Vergleich zwischen Einschätzungen von Beschäftigungsfaktoren und Erfahrungen

Faktor	Einschätzung	Erfahrungen
Auslandskompetenz	+	+
Zugang zu anderen Kulturen	+	+
Kultureller Austausch	+	+
Gesellschaftsabbild	+	+
Einsatzgebiete	+	(+)
Repräsentation	+	(+)
Voreinstellungen der Medien	+	(+)
Journalistisches Berufsverständnis	+	O
Werteakzeptanz	-	+
Ausdrucksvermögen	-	(-)
Akzent/Dialekt	-	(-)
Grammatik	-	-
Religion	-	(-)
Sprachkenntnisse	-	-

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Gesamtmenge der Befragten sich als ein weitgehend homogenes Feld herausgestellt hat. So ist es schwierig, Befragtenkreise so zu isolieren, dass sich aus ihrem Antwortverhalten ein geschärftes Profil ergeben hätte. Aussagen wie „Personalverantwortliche, die angeben, den Nationalen Integrationsplan zu kennen, haben auch überdurchschnittlich oft Beschäftigte mit Migrationshintergrund“, lassen sich so pauschal nicht treffen. Zu unterschiedlich dürften die Einstellungen und Erfahrungen der Befragten sein, die vom Leiter der

Lokalredaktion einer Kleinstadt über den Chefredakteur eines Lokalradios einer Großstadt bis zum Chefredakteur der NRW-Redaktion einer deutschlandweit tätigen Nachrichtenagentur reichen. Zu unterschiedlich sind auch die Werdegänge, Aufgabenprofile und Zahlen ihrer Mitarbeiter. Gerade deshalb aber ergeben ihre Antworten dort, wo es um einzelne, konkrete Fragen geht, ein informatives, weil differenziertes Bild. Das Sample ist eine vielfältige Zusammenstellung von privatwirtschaftlichen Medienschaffenden in Nordrhein-Westfalen und liefert eine Fülle von Beispielen für Einstellungen, Einschätzungen und Erfahrungen von Personalverantwortlichen in journalistischen Medien in Bezug auf die Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund.

„Wir würden ja wollen, wenn wir könnten“ – nach diesem Motto scheint ein Großteil der Befragten sich beim Thema Migranten im Journalistenberuf vor einem Dilemma zu sehen. Bewerbungen von Menschen mit Migrationshintergrund bleiben ihren Aussagen nach aus – sicher auch deswegen, weil die journalistische Medienbranche bessere Zeiten gesehen hat und feste Stellen sowie entsprechende Einstellungsverfahren spärlich gesät sind. Aber bewerben sich wirklich so wenige Menschen mit Migrationshintergrund in den Redaktionen, wie es die Chefredakteure meinen? Wenn sich beispielsweise Migranten der zweiten Generation nicht durch Namen oder Akzent verraten, kann ihre Herkunft durchaus verborgen bleiben. Man interessiert sich nicht dafür, wenn sie einwandfreie journalistische Arbeit leisten. Das, so die Meinung vieler Befragter, sei ja das Entscheidende.

Nach dem, was die Befragten geäußert haben, gelten für Einwanderer bei der Bewerbung und in der täglichen Arbeit die gleichen Maßstäbe wie für indigene Deutsche, also auch gleiche Qualifikationskriterien. Das bringt freilich dann eine Benachteiligung der Journalisten mit Migrationshintergrund mit sich, wenn für indigene Journalisten tatsächlich oder vermeintlich typische Qualifikationen wie die perfekte Beherrschung der deutschen Sprache von den Verantwortlichen traditionellerweise höher bewertet werden als die für Journalisten mit Migrationshintergrund tatsächlich oder vermeintlich typischen Qualifikationen wie besondere interkulturelle Kompetenz.

Dass die Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund sich positiv auf das Medienunternehmen auswirken kann, konnten sich die meisten Befragten im ersten Teil, in dem es um allgemeine Einstellungen und Einschätzungen geht, nicht vorstellen. Mit der Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund den jeweiligen Kulturkreis auch als Leserkreis zu erreichen, schließen viele Befragte aus. Und da damit ein für Medienunternehmen existenzieller Bereich nach Meinung der Befragten nicht von der Frage nach einem Migrationshintergrund berührt wird, können alle weiteren Gründe nur schwächer sein. Tatsächlich können sich zwar viele Befragte vorstellen, dass mit Mitarbeitern anderer Herkunft eine kulturelle

Bereicherung in die Redaktionen einziehen könnte. Ob und wie das aber konkret den überwiegend im lokalen Bereich tätigen Medienunternehmen weiterhelfen kann, ist kaum jemandem bewusst. Kampagnen werden abgelehnt, eine Migrantenquote kann sich ein Großteil der Befragten noch weniger vorstellen.

Wie Anspruch und Realität auseinanderklaffen, zeigt stellenweise der zweite Teil der Medienbefragung. Hier reden die Befragten eher aus ihrer redaktionellen Alltagserfahrung. Nun werden positive Erfahrungen aus der Erinnerung geholt, und die kulturelle Bereicherung steht im Mittelpunkt. Das sonst oft schnell abgetane Thema Migration füllt sich mit Leben. Deutlich wird aber auch: Es handelt sich um Einzelfälle.

Migranten als Journalisten?

Eine Studie zu Berufsperspektiven in der  
Einwanderungsgesellschaft

Pöttker, H.; Kiesewetter, C.; Lofink, J. (Hrsg.)

2017, X, 171 S. 25 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-16018-0