# Die Konferenz zum Nachlesen

5. mikopa Konferenz – online
**Öffentlich-rechtliche Medien im postmigrantischen Deutschland?**
**Ein Dialog für partizipativen Wandel**
Die Konferenz zum Nachlesen

Die Texte in dieser Publikation entstanden aus Verschriftlichungen der 4 Thementage der Konferenz. Vorträge haben wir zusammengefasst, Gesprächsrunden transkribiert, die gesprochene Sprache etwas geglättet und verdichtet. Dabei haben wir darauf geachtet, die individuelle Wortwahl und Tonalität beizubehalten.

Ergänzt haben wir eine Einleitung zum Thema, Begriffserklärungen und eine Zusammenfassung der Gedanken und Ansätze, die auf der Konferenz zusammengetragen wurden.

© mikopa 02/2021

***mikopa*** ist ein Kooperationsprojekt von ZEOK e.V. und dem Forschungszentrum EC4SC der Universität Leipzig. Seit 2016 organisieren wir jährlich eine Konferenz zum Themenbereich Partizipative Öffentlichkeit in der postmigrantischen Gesellschaft. Die Konferenzreihe ist ein Forum an der Schnittstelle von Praxis und Wissenschaft und als solches das erste in Sachsen und Mitteldeutschland. Mit *mikopa* wollen wir die Aufmerksamkeit auf Migrant:innen, Postmigrant:innen und BIPoC als Medienschaffende und als Gesellschaftsgestalter:innen lenken. Dabei setzen wir auf *Advocacy* als aktiven Einsatz für eine Partizipative Öffentlichkeit, *Research* für Forschung und Datensammlung und *Education*, um beteiligte Akteur:innen zu empowern und auszubilden.

**Herausgeber:**

ZEOK e.V.
Kurt-Eisner-Strase 68
04275 Leipzig

info@zeok.de | www.zeok.de
kontakt@mikopa.de | www.mikopa.de

**Bilder:**

Cover: Plakat von Katharina Zimmerhackl, Titelschriftzug von Susan Herling
Abb. 1–3: Screenshots der *mikopa* Konferenz 2020 auf Zoom

**Text:** Isabel Herling, Charlotte Engler, Derya Erdogan, Miriam Moch

**Layout:** Susan Herling

# Inhalt


**5** **mikopa – Menschen und Institutionen für Kommunikation und Partizipation**

**7** **Einleitung**

7 **Öffentlich-rechtliche Medien im postmigrantischen Deutschland? Ein Dialog für partizipativen Wandel**

9 **Einleitende Worte**
von Michael Touma (Vorstandsmitglied ZEOK e.V.) und Dr. Kefa Hamidi (Leiter EC4SC, *mikopa*)

**11** **Speaker:innen**

Kurzbiografien mit weiterführenden Links und Kontakten

**21** **Zusammenfassung**

21 **Wer über Vielfalt redet, sollte über Rassismen reden!**
Die wichtigsten Aussagen der Konferenz zusammengetragen

32 **Für einen ÖRR im postmigrantischen Deutschland braucht es...**

33 **Begriffe**

**36** **Tag 1 – 12.11.2020 | Wissenschaft**
**Wie vielfältig sind öffentlich-rechtliche Medien heute? Einblicke, Fakten, wissenschaftliche Vergleiche und Begriffe aus Deutschland und Europa**

36 **Vielfalt und Wandel im MDR**
Vortrag von Jana Cebulla, Redaktionsleiterin der *Jungen Angebote* des MDR

38 **Diversity und Public Value im ÖRR – gesellschaftliche Vielfalt als Mehrwert für alle**
Vortrag von Dr. Dietmar Schiller, Mitarbeiter des rbb

41 **Diversity and Change in BBC**
Vortrag von Assoc. Prof. Gurvinder Aujla-Sidhu

**44** Tag 2 – 13.11.2020 | Formate

**Postmigrantische Formate im ÖRR?
Erfahrungen, Hindernisse und Chancen für postmigrantische Medienschaffende im ÖRR**

44 **Herrschaftskritisch Sprechen und Bebildern**
Vortrag von Anna Sabel und Mehmet Arbag vom *Verband binationaler Familien und Partnerschaften*, iaf e.V.

48 **Postmigrantische Formate im ÖRR? Erfahrungen, Hindernisse und Chancen für postmigrantische Medienschaffende im ÖRR**
Gesprächsrunde mit: Steffi Warnatzsch-Abra (KiKA), Younes Al-Amayra (*Datteltäter*), Helen Fares, Anna Sabel (iaf e.V.), Schiwa Schlei (WDR)

**59** Tag 3 – 20.11.2020 | Institutionen

**Engagiert für institutionellen Wandel?
Beauftragte für Vielfalt des ÖRR und Vertreter*innen von Migrant*innen-Organisationen im Dialog**

59 **Vielfalt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk**
Gesprächsrunde mit: Anna Koktsidou (SWR), Claudia Müller (MDR), Olaf Heilemann (MDR), Dr. Iva Krtalic (WDR), Mika Kaiyama (LAMSA)

**74** Tag 4 – 21.11.2020 | Initiativen

**Wandel gemeinsam gestalten: Initiativen und Perspektiven für mehr Partizipation im öffentlich-rechtlichen Rundfunk**

74 **„Viel Wille, kein Weg" - Eine Studie zur Diversität im Journalismus**
Vortrag von Prof. Dr. Christine Horz

79 **„Confident Multilinguals" - a multimedia impulse for self-confident multilingualism and belonging**
Vortrag von Corina Volcinschi

82 **Diversität als Normalität**
Vortrag von Tyron Ricketts

85 **Breackout Sessions: Partizipation im ÖRR**
Kleingruppen-Gespräche mit Ferda Ataman, Dr. Kefa Hamidi, Nhi Le, Tyron Ricketts, Konstantina Vassiliou-Enz und Corina Volcinschi

**91** Ausblick und Dank

**Menschen und Institutionen
für Kommunikation und Partizipation**

ein Kooperationsprojekt von ZEOK e.V.
und dem Forschungszentrum EC4SC der Universität Leipzig

mikopa ist in Leipzig ansässig und versteht sich als Plattform und Thinktank, um vielfältige Projekte zu verwirklichen. Wir wollen die Aufmerksamkeit auf Migrant:innen, Postmigrant:innen und BIPoC als Medienschaffende und Gesellschaftsgestalter:innen lenken.

Die Konferenzreihe, in der wir uns jährlich mit einem neuen Thema aus wissenschaftlicher und praktischer Perspektive auseinandersetzen, ist dabei der Kern unserer Arbeit.

Das *mikopa* Team verändert sich von Jahr zu Jahr, da das Projekt *mikopa* sich inhaltlich und konzeptuell stetig weiterentwickelt. Daraus sind neue Angebote und Aufgaben gewachsen. Es sind Interessierte hinzu gekommen, um teilzuhaben und *mikopa* zu unterstützen.

## Zum Kern-Team 2020 gehören:

### Dr. Kefa Hamidi

Dr. Kefa Hamidi ist der akademischer Leiter des Projektes, d. h. er gibt wissenschaftlichen Input und ist maßgeblich beteiligt an Konzeption, Themensetzung, Programmstruktur und an der Suche nach spannenden Speaker:innen. Als Leiter des *Forschungszentrums Entwicklungskommunikation – Communication for Social Change* (EC4SC) beschäftigt er sich u. a. mit der Forschung und Förderung von Kommunikationsstrukturen und -prozessen, die der gesellschaftlichen Entwicklung in Deutschland und anderen Ländern dienen.

### Isabel Herling

Isabel Herling hat 2018 die Projektleitung übenommen. Sie organisiert, strukturiert, koordiniert und kommuniziert für *mikopa* intern und extern: im Verein, in (post)migrantischen Netzwerken, mit Medienvertreter:innen, Wissenschaftler:innen, Interessierten, Teilnehmenden, Unterstützer:innen.

### Miriam Moch

Miriam Moch betreut seit 2019 den Facebook Account von *mikopa*. 2020 übernahm sie vor allem viele organisatorische Aufgaben und brachte sich in Konzeption und Speaker:innen-Suche ein. Außerdem beendete sie dieses Jahr ihren Bachelor in Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig.

### Doaa Abbas

Doaa Abbas kam 2020 zum Team und hat sich, unterstützt und beraten von Madeleine Rau, dem Twitter Kanal von *mikopa* angenommen. Sie bereitet derzeit ihren Abschluss des binationalen Masterstudiengangs Fachübersetzen Deutsch/Arabisch an der Ain Schams Universität in Kairo und an der Universität Leipzig vor.

## Wir danken...

An der Umsetzung und der Öffentlichkeitsarbeit von *mikopa* 2020 waren viele **Ehrenamtliche** beteiligt, denen wir von Herzen danken!

**Claudia Müller und Olaf Heilemann** vom *MDR-Netzwerk für Vielfalt* sind wir sehr dankbar für ihr Engagement und ihre beratende Unterstützung während der Konferenzvorbereitungen.

Ein großer Dank und Respekt geht an die **Übersetzer:innen von interpRise** für die Verdolmetschung des letzten Konferenztages!

# Einleitung

## Öffentlich-rechtliche Medien im postmigrantischen Deutschland? Ein Dialog für partizipativen Wandel

Diversität ist ein Teil unserer Gesellschaft und die kulturelle, sprachliche sowie religiöse Vielfalt prägt unseren Alltag. Wir leben in einer postmigrantischen Gesellschaft. Jede vierte Person in Deutschland hat eine familiäre Migrationsgeschichte (vgl. NDM 2020: 3). Die massenmediale Kommunikation kann diese Entwicklung als gemeinsame Realität annehmen und positiv gestalten. Kriterien dafür sind der Respekt und die Toleranz der Öffentlichkeit und die Aufgeschlossenheit der Medienstrukturen gegenüber Migrant:innen sowie Black, Indigenous und People of Color (BIPoC). Doch wer schafft Offenheit?

> **„In der Öffentlichkeit sprechen MigrantInnen und Nicht-MigrantInnen nicht nur eine oder mehrere Sprachen, sondern haben im normativen Sinne auch eine Stimme, um politische Entscheidungen, die sie betreffen, mitzugestalten."**
>
> **(Gouma 2020: 59)**

Öffentlich-rechtliche Medien können einen Zugang für Migrant:innen, BIPoC und weiteren von Diskriminierung betroffene Personengruppen zur Öffentlichkeit schaffen. Sie können Wissen vermitteln und eine positive Haltung gegenüber der pluralen demokratischen Gesellschaft stärken. Der öffentlich-rechtliche ebenso wie der private Rundfunk haben den Auftrag, zu einer „freien, individuellen und öffentlichen Meinungsbildung beizutragen“ (SächsPRG § 2 Absatz 2 Satz 3). Ein Auftrag, der sich in Zeiten der Digitalisierung neu gestaltet. Dieser Bildungsauftrag ist für die gesellschaftliche Ausrichtung – für eine offene, demokratische und plurale Gesellschaft – von großer Bedeutung und erfordert Journalist:innen, die diese Aufgabe erfüllen (vgl. NDM 2020: 4). Diversität darf dabei nicht bei der Medienberichterstattung stehen bleiben, sondern benötigt auch multiple Perspektiven in den Medienbetrieben selbst. Die Studie von Pöttker et al. (2017) zeigt, dass auch die Leitungsebenen journalistischer Medienbetriebe den Anteil von Journalist:innen mit familiärer Migrationsgeschichte als deutlich zu gering einstuft (vgl. Pöttker et al. 2017: 154). In den Chefredaktionen deutscher Medienbetriebe sind sie bisher nur mit 6,4% vertreten (vgl. NDM 2020: 3).

Mit diesen Gedanken widmete sich diese Konferenz den öffentlich-rechtlichen Medien, um gemeinsam Strukturen zu überdenken und Chancen für die Umsetzung neuer Formen und Formate auszuloten. Wir wollten Menschen mit zahlreichen Perspektiven, Erfahrungen und Wissen für einen konstruktive Auseinandersetzung zusammenbringen und fragen: Wie können öffentlich-rechtliche Medien einen gesellschaftlichen Wandel aktiv und positiv mitgestalten und bewirken, dass auch in der medialen Öffentlichkeit die postmigrantische Gesellschaft zur Realität wird?

## Literaturverzeichnis

Gouma, Assimina (2020): Migrantische Mehrsprachigkeit und Öffentlichkeit. Linguizismus und oppositionelle Stimmen in der Migrationsgesellschaft. Wiesbaden: Springer VS.

Neue Deutsche Medienmacher:innen (2020): Viel Wille, kein Weg. Diversity im deutschen Journalismus.

Pöttker, Horst; Kiesewetter, Christina; Lofink, Juliana (2017): Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft. Wiesbaden: Springer VS.

# Einleitende Worte

**von Michael Touma, Vorstandsmitglied von ZEOK e.V.**

Den Impuls zur Gründung des ZEOK e.V., im Jahr 2004 in Leipzig, gab die Stiftung *Sammlung Dr. Bir* (Sammlung orientalischen Schmucks), die als Dauerleihgabe im *Museum für Völkerkunde zu Leipzig* ausgestellt ist. Der Verein wurde gegründet, um zum gegenseitigen Verständnis von „Orient und Okzident“ beizutragen. Heute sieht der Verein seine Hauptaufgabe darin, mit Bildungs- und Kulturprojekten rassistische Denkmuster abzubauen und den Zusammenhalt in einer diversen Gesellschaft zu stärken. Der Verein arbeitet zu den Themen Identitäten und Vielfalt und ist vor allem in Ostdeutschland aktiv, u. a. als Partner im *Kompetenznetzwerk Islam- und Muslimfeindlichkeit*. Ausführliche Informationen zu den Vereinsaktivitäten gibt es auf www.zeok.de

Die Konferenz, die online stattfindet, ist ein Beweis dafür, dass wir in einer Welt leben, in der Grenzen und Gebiete ihre traditionelle Bedeutung verlieren und sich ein neues Verständnis der Gemeinschaft entwickelt. Es sind die Gedanken von Vielfalt, offener Gesellschaft, Dialog und auch die Suche nach Perspektiven, die uns verbinden. Es ist nicht die Herkunft, die die Gesinnung bestimmt, sondern es ist die Gesinnung oder Vision, die unsere Zugehörigkeit bestimmt.

# Einleitende Worte

**von Dr. Kefa Hamidi, Leiter des EC4SC und akademischer Leiter von mikopa**

### Forschungszentrum Entwicklungskommunikation (EC4SC)

Das Zentrum ist eine Einrichtung des *Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft* der Universität Leipzig. Wir sind 2019 gestartet, also ein junges Zentrum, und beschäftigen uns u. a. mit der Frage, wie Kommunikation für den Sozialen Wandel eingesetzt wird. Projekte, die sich mit den Themen Kommunikation, Partizipation und Repräsentation in der postmigrantischen Gesellschaft auseinandersetzen, sind eine Schwerpunkt, den wir im Zentrum gerade aufbauen.

Als universitäre Einrichtung beschäftigen wir uns mit drei großen Bereichen: Forschung, Lehre und Transfer. Transfer ist uns sehr wichtig! Wir sehen uns als eine Schnittstelle zwischen der Kommunikationswissenschaft einerseits und der Gesellschaft andererseits und möchten verschiedene Formate entwickeln, in denen ein partizipativer Austausch, ein Dialog mit der Zivilgesellschaft stattfinden kann. Und wir wollen kooperativ relevante, gesellschaftliche Themen aufgreifen, zu Forschungsideen entwickeln und auch untersuchen. In diesem Kontext ist auch *mikopa* zu sehen. Eine Konferenzreihe, die seit fünf Jahren veranstaltet wird.

**mikopa**

Konzeptionell sehen wir uns als einen Raum – einen Raum für Austausch. Für einen Dialog zwischen verschiedenen Gruppen: Journalist:innen, zivilgesellschaftlichen Organisationen, Aktivist:innen und Wissenschaftler:innen. Wir haben zwar eine Vorstellung von einem Wandel, aber wir wollen ihn in diesem Rahmen nicht vorgeben. Er soll sich aus dem Austausch generieren, denn wir denken, dadurch ist er partizipativ und auch nachhaltig.

Wir haben dieses Jahr das für uns spannende Thema „Öffentlich-rechtliche Medien im postmigrantischen Deutschland?“ gewählt, da wir wissen wollen, wie sich die Realität der postmigrantischen Gesellschaft in den Strukturen, im Personal und auch im Inhalt der öffentlich-rechtlichen Medien widerspiegelt. Wie kann der ÖRR diese gesellschaftliche Wirklichkeit reflektieren? Das sind die Kernfragen der Konferenz. Ich freue mich sehr, dass wir so spannende Referent:innen und Projekte, in denen genau diese Fragen diskutiert werden, gewinnen konnten.

Abb. 1: Schaubild zur Online-Umfrage unter den Konferenz-Teilnehmenden am ersten Konferenztag:

**Was bedeutet Vielfalt in den Medien für Sie?**

# Speaker:innen

### Younes Al-Amayra

Younes Al-Amayra hat an der Christian-Albrechts Universität zu Kiel Islam- und Politikwissenschaft studiert und schloss 2011 erfolgreich mit einem Magister Artium ab. Er gründete 2011 *i,Slam*, ein von Muslimen geführtes Poetry Slam Format. 2015 gründete er als Head of Content die *Datteltäter*, führt dort Regie, ist Co-Autor, Cutter & Darsteller. Parallel arbeitete Younes bis Ende 2019 als Deradikalisierungs-, Anitgewalt- und Kompetenztrainer für das *Violence-Prevention-Network*. 2021 starten die *Datteltäter* ihre eigene Akademie – mit regelmäßigen Workshops, Retreats in Berlin und exzellenten Mentor:innen.

**Website:** www.datteltaeter.de

**Kontakt:** info@datteltaeter.de | academy@datteltaeter.de

13.11. | Podiumsdiskussion: Postmigrantische Formate im ÖRR? | **Seite 48**

### Mehmet Arbag

Mehmet Arbag ist Politikwissenschaftler, politischer Bildner zu den Themen Rechtsextremismus und Rassismus, Migration, Flucht und Asyl. Er ist Mitarbeiter des Projektes *(Un)Sichtbarkeiten in der Migrationsgesellschaft* des *Verbands binationaler Familien und Partnerschaften Leipzig*.

**Website:**
www.verband-binationaler.de/projekte/unsichtbarkeiten-in-der-migrationsgesellschaft-leipzig

**Kontakt:** sabel@verband-binationaler.de

13.11. | Impulsvortrag/Videocollage: Herrschaftskritisch sprechen & bebildern | **Seite 44**

### Ferda Ataman

Ferda Ataman ist Journalistin, Publizistin und Diversitäts-Expertin. Sie ist Vorsitzende der *Neuen deutschen Medienmacher:innen*, der bundesweit größten Vereinigung von Journalist:innen of Color. 2019 hat sie die Streitschrift „Hört auf zu fragen. Ich bin von hier“ im *S. Fischer Verlag* veröffentlicht und unter dem Hashtag #vonhier eine Debatte über Zugehörigkeit in Deutschland ausgelöst.

**Website:** www.neuemedienmacher.de

**Kontakt:** info@neuemedienmacher.de | ataman@neuemedienmacher.de

21.11. | Abschlussdiskussion: Partizipation im ÖRR | **Seite 85**

### Gurvinder Aujla-Sidhu

Assoc. Prof. Gurvinder Aujla-Siduh war bei der BBC als Radio-Journalistin tätig. Sie ist Programmleiterin für Rundfunkjournalismus und stellvertretende Leiterin der Leicester Medienschule an der De Montfort Universität. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Race, Radiostudien, öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Diaspora. Sie ist Mitglied des *Media Discourse Centre* an der DMU und Mitglied des *MeCCSA Race, Ethnicity and Post-Colonial Network*. Voraussichtlich im Mai 2021 erscheint ihr Buch „The BBC Asian Network. The Cultural Production of Diversity“ im Verlag *Springer International Publishing*.

**Twitter:** @gurvy100

**Kontakt:** gaujla-sidhu@dmu.ac.uk

12.11. | Lecture: Diversity and Change in BBC | **Seite 41**

### Rudaba Badakhshi

Rudaba Badakhshi ist Referentin, Trainerin und Moderatorin mit den Schwerpunkten: Transkulturelle Bildungsarbeit, Antirassismus, Migration, Flucht und Arbeit. Sie ist im Vorstand von ZEOK e.V. und arbeitet beim *Dachverband der Migrantinnen*organisationen* (DaMigra) als Regionalkoordinatorin der Region Mitteldeutschland.

**Websites:** www.zeok.de | www.damigra.de

**Kontakt:** info@zeok.de | info@damigra.de | badakhshi@damigra.de

20.11. | Moderation der Diskussion: Vielfalt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk | **Seite 59**

### Jana Cebulla

Jana Cebulla hat Germanistik, Komparatistik und Soziologie studiert sowie die Berliner Journalistenschule absolviert. Danach hat sie für verschiedene private Radiosender gearbeitet. Seit 2011 ist sie beim MDR angestellt und war zunächst bei MDR JUMP als Redakteurin und Moderatorin im Einsatz. Im Jahr 2015 wechselte sie als Redaktionsleiterin zu MDR SPUTNIK. Seit 2019 leitet sie die Hauptredaktion *Junge Angebote*. Diese ist neben MDR SPUNTIK auch für das Digitalprogramm MDR TWEENS verantwortlich sowie für die MDR-Zulieferungen von Bewegtbildformaten an *funk*, dem Online-Angebot für 14- bis 29-Jährige, das die ARD gemeinsam mit dem ZDF betreibt.

**Websites:** www.sputnik.de

www.mdr.de/unternehmen/informationen/gemeinwohl/sendeplatzbeschreibung-hauptredaktion-junge-angebote-100.html

**Kontakt:** jana.cebulla@mdr.de

12.11. | Impulsvortrag: Vielfalt und Wandel im MDR | **Seite 36**

### Helen Fares

Helen Fares ist Journalistin, Bildungsaktivistin und Psychologin. Schon mit 19 Jahren moderierte Helen das Openair *Frauenfeld* und begann während ihrer jahrelangen Arbeit auf der Festival-Bühne, für hiphop.de Interviews zu führen. Parallel dazu begann sie 2016 mit DJ Josi Miller den Hiphop-Podcast „homegirls“ zu produzieren und zu studieren. 2017 moderierte sie den 7-teiligen Arte Dokumentarfilm „Homo Digitalis“. Neben dem Podcast produziert Helen Fares das Instagram-Psychologie-Magazin „Was macht die Psyche…?“ und macht gesellschaftspolitische Aufklärungsarbeit auf ihren Socials.

**Website:** www.helenfares.com

**Kontakt:** hello@helenfares.com

13.11. | Podiumsdiskussion: Postmigrantische Formate im ÖRR? | **Seite 48**

### Kefa Hamidi

Dr. Kefa Hamidi ist Kommunikations- und Medienwissenschaftler an der Universität Leipzig. Seit 2019 leitet er das Forschungszentrum EC4SC. In seiner Forschung beschäftigt er sich u. a. mit den Kommunikationsstrukturen und -prozessen, die der gesellschaftlichen Entwicklung in Deutschland und anderen Ländern dienen. Er lehrt seit 2013 zu Theorien der Journalismusforschung,

internationale Mediensysteme und Entwicklungskommunikation sowie Unterthemen wie Advocacy, Social Mobilisation, Edutainment, Communication for Empowerment und Partizipationsforschung. Von 2013 bis 2015 arbeitete er als Trainer für interkulturelle Kommunikation. Seit 2016 ist Dr. Kefa Hamidi akademischer Leiter der *mikopa* Konferenzen.

**Website:** www.sozphil.uni-leipzig.de/entwicklungskommunikation/

**Kontakt:** kefa.hamidi@uni-leipzig.de

12.11. | Begrüßung | **Seite 9**

### Olaf Heilemann

Olaf Heilemann ist Diplomjournalist und war mehrere Jahre Redakteur beim Nachrichtenradio *MDR aktuell*. Seit 2018 ist er Referent der MDR Programmdirektion Leipzig. Er engagiert sich für Themen rund um audiovisuelle Diversität und ist zertifizierter „Betrieblicher Fairness- und Konfliktberater". Claudia Müller und er sind die Ansprechpersonen im MDR für die *Charta der Vielfalt* und für das MDR-Netzwerk *Vielfalt*, dessen Aktivitäten sie koordinieren.

**Website:** www.mdr.de/vielfalt/index.html

**Kontakt:** olaf.heilemann@mdr.de

20.11. | Podiumsdiskussion: Vielfalt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk | **Seite 59**

### Christine Horz

Prof. Dr. Christine Horz ist Professorin für Transkulturelle Medienkommunikation an der TH Köln. In ihrer Forschung und Lehre beschäftigt sie sich u. a. mit Medien, Einwanderungsgesellschaft und Diversität in den Medien sowie der digitalen Medienzukunft der Öffentlich-Rechtlichen und damit verbundenen medienpolitischen Fragen. Von 2015 bis 2020 war sie als Kommunikationswissenschaftlerin am *Institut für Medienwissenschaft* der Ruhr-Universität Bochum tätig. Seit Oktober 2018 ist sie u. a. Sprecherin der Fachgruppe *Internationale und Interkulturelle Kommunikation* in der *Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft* (DG PuK) sowie Vize-Präsidentin des internationalen RIPE-Netzwerkes zur Erforschung der öffentlich-rechtlichen Medien.

**Websites:** www.th-koeln.de/personen/christine.horz

**Kontakt:** christine.horz@th-koeln.de

21.11. | Vortrag: „Viel Wille, kein Weg" – Studie zur Diversität im Journalismus | **Seite 74**

### Mika Kaiyama

Mika Kaiyama, geboren und aufgewachsen in Tokio, Japan, studierte Musikpädagogik (M.A.) sowie Kirchen- und Konzertgesang in Graz. Nach der deutschen Wiedervereinigung migrierte sie nach Deutschland und arbeitete in mehreren Theatern als Solistin, Stimmbildnerin und Theaterpädagogin. Kaiyama absolvierte eine Ausbildung als Diversity-Trainerin am *Zentrum für Politikforschung*. Sie leitete die Servicestelle für das *Landesnetzwerk Migrantenorganisationen Sachsen-Anhalt* (LAMSA) und seit 2015 das Projekt *Demokratie in Vielfalt* im Rahmen des Bundesprogramms „Zusammenhalt durch Teilhabe“. Seit 2017 ist sie stellvertretende Geschäftsführerin. Die Schwerpunkte ihrer Tätigkeit liegen auf Kommunikation, Organisationsentwicklung sowie Konfliktvermittlung in interkulturellen Teams und Organisationen.

**Website:** www.lamsa.de

**Kontakt:** info@lamsa.de | mika.kaiyama@lamsa.de

20.11. | Podiumsdiskussion: Vielfalt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk | **Seite 59**

### Anna Koktsidou

Anna Koktsidou ist die Beauftragte für Vielfalt und Integration des SWR. Zudem ist sie für die Tagung „SWR Medienforum Migration“ verantwortlich. Zu ihren Themen als jahrelange Hörfunk-Redakteurin gehören Migration, Flucht, Asyl und kulturelle Vielfalt. Anna Koktsidou wurde in Griechenland geboren und kam mit ihren Eltern nach Stuttgart. Nach dem Studium in Tübingen (Germanistik/Pädagogik) volontierte sie beim damaligen SDR und arbeitete anschließend in verschiedenen aktuellen Hörfunk-Redaktionen des SWR. Privat engagiert sie sich in verschiedenen interkulturellen Initiativen.

**Website:** www.swr.de/unternehmen/organisation/anna-koktsidou-100.html

**Kontakt:** anna.koktsidou@swr.de

20.11. | Podiumsdiskussion: Vielfalt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk | **Seite 59**

### Iva Krtalic

Dr. Iva Krtalic hat in Kroatien als Journalistin und Übersetzerin gearbeitet, bevor sie nach Köln kam. Dort arbeitete sie mit Geflüchteten und startete 2000 als Autorin und anschließend als Redakteurin im WDR-Hörfunk. Seit 2016 ist sie Beauftragte für Integration und interkulturelle Vielfalt im WDR und befasst sich damit, die kulturelle und soziale Vielfalt als gesellschaftliche Normalität in den

Programmen und in der Belegschaft des Senders sichtbar und hörbar zu machen. Sie hat in Zagreb und Berlin studiert und promovierte zum Thema Mediendiskurse der Nation und des kulturellen Unterschieds.

**Websites:**

www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/profil/kulturelle-vielfalt-integration/beauftragte-integration-vielfalt-100.html

www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/profil/kulturelle-vielfalt-integration/kontakt-148.html

**Kontakt:** iva.krtalic@wdr.de

20.11. | Podiumsdiskussion: Vielfalt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk | **Seite 59**

### Nhi Le

Nhi Le arbeitet als freie Journalistin, Speakerin und Moderatorin. Als Journalistin arbeitet sie unter anderem für den MDR und schreibt auf jetzt.de die Medien-Kolumne „The Female Gaze“. Von 2017 bis 2018 war sie ein Gesicht des *funk*-Formates „Jäger&Sammler“. Ihre Arbeit ist mit dem Juliane Bartel Medienpreis ausgezeichnet worden. Als Speakerin hat sie Vorträge und Workshops für Stanford University, TEDx und re:publica gehalten. Ihre Schwerpunkte sind Feminismus und Medienkultur. Die ZEIT zählt Nhi Le zu einer der 100 wichtigsten jungen Ostdeutschen. Nhi Le hat im Bachelor Kommunikations- und Medienwissenschaft in Leipzig und im Master Journalismus in Ohio, USA studiert.

**Website:** nhi-le.de

**Kontakt:** hallo@nhi-le.de

21.11. | Abschlussdiskussion: Partizipation im ÖRR | **Seite 85**

### Claudia Müller

Seit 2012 ist Claudia Müller Gleichstellungsbeauftragte des *Mitteldeutschen Rundfunks*. Davor war sie langjährig als Referentin in der Betriebsdirektion des MDR tätig. Seit 2019 ist Claudia Müller AGG-Beauftragte und Steuerin des MDR-Netzwerkes *Vielfalt*. Gemeinsam mit anderen Führungsfrauen hat sie 2013 das MDR-Netzwerk *Frauen in Führung* gegründet. Zusammen mit Bogna Koreng ist sie als Sprecherin und Organisatorin des Netzwerkes aktiv.

**Kontakt:** claudia.mueller@mdr.de

20.11. | Podiumsdiskussion: Vielfalt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk | **Seite 59**

### Nam Duy Nguyen

Nam Duy Nguyen studiert Sozialwissenschaften an der Universität Leipzig. Für *#unteilbar Leipzig* organisierte er Aktiventreffen und die Mobilisierung für den antirassistischen Solidarity Block. Auch in Dresden war er Teil des Mobilisierungsteams. Er war einige Jahre in der politischen Bildungsarbeit aktiv und veranstaltete Workshops an Schulen zum Themenkomplex der Migration. Er hat verschiedene Projekte und Kampagnen mit geplant und durchgeführt, z. B. die Kampagne „Aufstehen gegen Rassismus“ oder die gewerkschaftliche Pflegebewegung in Bayern für mehr Entlastung an den Kliniken und Krankenhäusern. Zudem engagiert sich Nam Duy Nguyen seit mehreren Jahren beim SDS Leipzig (*Sozialistisch Demokratischer Studierendenverband*).

**Websites:** www.unteilbar.org | sdsleipzig.de

13.11. | Moderation der Diskussion: Postmigrantische Formate im ÖRR? | **Seite 48**

### Tyron Ricketts

Tyron Ricketts ist Gründer und Geschäftsführer von *Panthertainment*. Und er ist einer der erfolgreichsten Schwarzen Schauspieler in Deutschland. Er spielte in Filmen wie „Bunte Hunde“ und „Kanack Attack“ sowie in zahlreichen Serienproduktionen, darunter „Soko Leipzig“, „Dogs of Berlin“, und „Die Inselärztin“. Für die deutsche Bundesregierung realisierte er Integrations-Programme wie „Respekt 2010“ und „Heimat Almanya“. Tyron lebte 4 Jahre in den USA. In L.A. verschaffte er sich einen Einblick in das internationale Filmgeschäft und in New York konzeptionierte er für Harry Belafonte Social Media Strategien gegen Rassismus. Mit diesen Erfahrungen kehrte Tyron 2017 nach Deutschland zurück. Aktuell produziert er von Berlin aus Filme und Serien mit dem Fokus auf People of Color für den globalen Markt.

**Website:** www.panthertainment.com

**Kontakt:** mail@panthertainment.com | presse@panthertainment.com

21.11. | Vortrag: Diversität als Normalität | **Seite 82**
21.11. | Abschlussdiskussion: Partizipation im ÖRR | **Seite 85**

### Anna Sabel

Anna Sabel ist Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin, politische Bildnerin, Regisseurin von „Spendier mir einen Çay und ich erzähl dir alles“ und Kuratorin von „Re:Orient. Die Erfindung des muslimischen Anderen“. Desweiteren

ist sie Produzentin bei Wunschkindfilm und Projektleiterin von *(Un)Sichtbarkeiten in der Migrationsgesellschaft*, ein Projekt vom *Verband binationaler Familien und Partnerschaften Leipzig*.

**Website:**
www.verband-binationaler.de/projekte/unsichtbarkeiten-in-der-migrationsgesellschaft-leipzig

**Kontakt:** sabel@verband-binationaler.de

13.11. | Impulsvortrag/Videocollage: Herrschaftskritisch sprechen & bebildern | **Seite 44**
13.11. | Podiumsdiskussion: Postmigrantische Formate im ÖRR? | **Seite 48**

### Dietmar Schiller

Dr. Dietmar Schiller studierte Politikwissenschaft und promovierte an der FU Berlin. An der TU Berlin schloss er Studium der Medienwissenschaft ab. Er ist im Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) in der Unternehmensplanung und Medienpolitik tätig. Seine aktuellen Schwerpunkte sind Diversity, Public Value, Nachhaltigkeit und journalistische Nachwuchsprojekte (rbb Sommerakademie „Vielfalt entdecken“, rbb young reporter).

**Website:**
www.rbb-online.de/unternehmen/presse/presseinformationen/unternehmen/2020/rbb-sommerakademie-2020.html

**Kontakt:** dietmar.schiller@rbb-online.de

12.11. | Impulsvortrag: Diversity und Public Value im ÖRR | **Seite 38**

### Schiwa Schlei

Schiwa Schlei ist auf der einen Seite Programmchefin von COSMO, dem jungen, internationalen Kulturradio des WDR. Auf der anderen Seite leitet sie das ARD Partnermanagement *Audio und Voice*. Beides spiegelt ihre Leidenschaft und ihre journalistische Laufbahn wider, denn die digitale Welt war von Beginn an ihr Zuhause. Bei 1LIVE hat sie die Internet-Redaktion aufgebaut – anfangs mit Fokus auf die Website, später auf Social Media und App. Bei SWR3.de fing ihre öffentlich-rechtliche Laufbahn an, bevor weitere Stationen bei WDR.de sowie *sportschau.de* folgten. Studiert hat sie Geschichte, Politik- und Medienwissenschaften. Anschließend absolvierte sie ein crossmediales Volontariat bei *rp-online*, einem der bundesweit ersten Tageszeitungen im Netz.

**Websites:** www1.wdr.de/radio/cosmo

www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/karriere/programmvolontariat/grenzenlos/talentwerkstatt-wdr-grenzenlos-100.html

**Kontakt (Formular):** www1.wdr.de/radio/cosmo/ueber-uns/kontakt/index.html

13.11. | Podiumsdiskussion: Postmigrantische Formate im ÖRR? | **Seite 48**

### Konstantina Vassiliou-Enz

Konstantina Vassiliou-Enz hat mehr als 25 Jahre Rundfunkjournalimus gemacht, hauptsächlich im Hörfunk bei *Radio 7*, *rbb-Fritz*, *rbb radiomultikulti*, *radioeins* und auch im rbb-Fernsehen, bei der *Deutschen Welle*, *ProSieben*, SAT1. Sie war leitende Dozentin der bikulturellen crossmedialen Journalismusausbildung am Berliner BWK und ehrenamtlich im Vorstand der *Neuen deutschen Medienmacher:innen* (NdM) aktiv. Seit 2013 ist sie Geschäftsführerin des Vereins, konzipiert und leitet die Projekte der NdM für diskriminierungsarme Berichterstattung und für mehr Vielfalt in den Medien oder gibt Seminare für Journalist:innen.

**Website:** www.neuemedienmacher.de

**Kontakt:** info@neuemedienmacher.de | vassiliou-enz@neuemedienmacher.de

21.11. | Abschlussdiskussion: Partizipation im ÖRR | **Seite 85**

### Corina Volcinschi

Corina Volcinschis beruflicher Parcours war ein Slalom zwischen akademischen Tätigkeiten an der Universität zu Köln und der Albert-Ludwigs-Universität in Freiburg sowie nicht-akademischen Tätigkeiten bei *IBM Global Services* in Brünn (Tschechische Republik). Im Juni 2020 startete sie das Multimedia-Projekt *Confident Multilinguals*, das praktische Tipps bietet und multilingualen Menschen helfen soll, eine positive Einstellung zum mehrsprachigen Leben zu entwickeln.

**Website:** confidentmultilinguals.com

**Kontakt:** corina@confidentmultilinguals.com

21.11. | Lecture: Confident Multilinguals | **Seite 79**
21.11. | Abschlussdiskussion: Partizipation im ÖRR | **Seite 85**

### Merjam Wakili

Dr. Merjam Wakili ist ausgebildete Journalistin, Mediatorin und Kommunikationsexpertin mit Sitz in Bonn. Sie arbeitet freiberuflich als Moderatorin, Prozessbegleiterin und Coach. Nach dem Studium der Journalistik und Philosophie, dem Volontariat (*Deutsche Welle*) und der Promotion (TU Dortmund) folgten Stationen bei verschiedenen Medienunternehmen und dem *Suhrkamp Verlag*. Zuletzt arbeitete sie für die DW Akademie als Medientrainerin und Kommunikationsberaterin für internationale Projekte.

**Website:** wakili.de

**Kontakt:** info@wakili.de

12.11. | Moderation der Gespräche mit: Jana Cebulla **Seite 36**, Dietmar Schiller **Seite 38**, Gurvinder Aujla-Siduh **Seite 41**
21.11. | Moderation der Abschlussdiskussion: Partizipation im ÖRR | **Seite 85**

### Steffi Warnatzsch-Abra

Steffi Warnatzsch-Abra arbeitet seit 1997 als Redakteurin für den Kinderkanal von ARD und ZDF. Sie ist stellvertretende Redaktionsleiterin der Redaktion *Nonfiktion* bei KiKA. Zur Zeit betreut sie das Medienmagazin *Timster* als verantwortliche Redakteurin. Sie ist Mitglied im *Netzwerk für Vielfalt* im MDR.

**Website:** www.kika.de/erwachsene/ueber-uns/auftrag/diversitaet-100.html

**Kontakt:** nonfiktion@kika.de

13.11. | Podiumsdiskussion: Postmigrantische Formate im ÖRR? | **Seite 48**

# Zusammenfassung

## Wer über Vielfalt redet, sollte über Rassismen reden!

**Die wichtigsten Aussagen der Konferenz zusammengetragen**

### 1. Diversity-Verständnis: Was bedeutet die Abbildung der postmigrantischen Gesellschaft in den Medien?

Über das Grundverständnis und gleichzeitig das Ziel waren sich alle auf der Konferenz einig. Die Diversität, die auf den Straßen zu sehen ist, sollte auch in den Medien zu sehen sein. Die Medien sollten da ankommen, wo die Gesellschaft schon sehr selbstverständlich ist. In der postmigrantischen Gesellschaft Deutschlands heißen Deutsche nicht nur Stefan und Brigitte. Sie heißen auch Khue, Kwesi oder Salome. Das muss in den Medien und der Berichterstattung sichtbar werden. Postmigrantische Formate sind die, die (an)erkennen, wie wir uns als Gesellschaft verändert haben – alle, auch Menschen, die keine Zuwanderungsgeschichte haben – und die fragen, was das mit uns als Gesamtheit macht. Medienschaffende sehen und zeigen die Gesellschaft – in einer journalistisch fundierten Art und Weise. Für eine objektive Berichterstattung müssen unter-

schiedliche Perspektiven mit einbezogen werden. Und es sollte völlig selbstverständlich sein, dass Journalist:innen, auch wenn sie als Migrant:innen gelesen werden, zu allen Themen berichten, nicht nur über Migration, Integration oder Rassismus. Ohnehin sind Rassismen nicht nur das Problem der Betroffenen, sondern auch der Mehrheitsgesellschaft, und sollten von allen angegangen werden.

Ob Diversität, Vielfalt oder Diversity – es ist ein wesentliches Merkmal des vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk hoch gehaltenen Public Value. Und Diversity sowie Partizipation sind wichtige Dimensionen von Corporate Social Responsibility, d. h. von Nachhaltigkeit. Deutschland wird in Zukunft nicht weniger divers, sondern mehr! Die postmigrantische Gesellschaft ist Gegenwart und Zukunft.

Bei einer weltweiten Betrachtung besteht das Publikum zu mehr als 2/3 aus Menschen, die nicht *weiß* gelesen werden, also aus Schwarzen Menschen und People of Color. Das bedeutet, nicht nur um gerecht und demokratisch zu sein, sondern auch um wirtschaftlich zu bleiben, ist es notwendig, ein diverses (Online-)Publikum anzusprechen.

## 2. Bestandsaufnahme: Wie vielfältig, wie postmigrantisch sind die Medien im Moment?

Der ÖRR in Deutschland betreibt derzeit Managing Diversity anstatt Diversity Management. Das hat viele nicht vernetzte, konjunkturell getriebene Einzelmaßnahmen zur Folge. Es gibt keine Dokumentation, Evaluation und Abstimmung der Maßnahmen.

Die Redaktionen sind sehr *weiß*-deutsch besetzt und das hat eine Armut an Perspektiven zur Folge. Gerade bei Themen im Feld Migration und Integration fördert dies eine problematische – und verhindert eine gelassenere – journalistische Darstellung. Auch ist es für Redaktionen, die deutsch und *weiß* besetzt sind, schwieriger, postmigrantische Programme zu entwickeln. Festgefahrene Strukturen im ÖRR erschweren es momentan, diese homogene Zusammensetzung der Redaktionen zu verändern. Mitarbeitende, die als migrantisch gelesen werden, werden bezüglich der Themen ihrer journalistischen Arbeit oftmals in Schubladen gesteckt. Für Menschen mit familiärer oder eigener Migrationsgeschichte und/oder BIPoC ist es schwer, ihre Themen im ÖRR zu platzieren. Es gehen unglaublich viele Geschichten verloren, da der ÖRR sie nicht wahrnimmt.

Auch sind unter Journalist:innen immer noch viele Berührungsängste gegenüber migrantisch gelesenen Personen vorhanden.

Die fiktiven Formate der Medienanstalten sind in Bezug auf Personal und Programm bisher ebenfalls nicht divers. In den Redaktionen ist vor allem *weißes* Bildungsbürgertum vertreten, mit einer eurozentrischen Sicht auf die Welt. Aus dieser Perspektive sind *Weiße* das Subjekt und alle anderen Objekte. Diese Sicht hat sich seit Sklavenhandel und Kolonialismus bis heute gehalten und prägt auch Film und Fernsehen. Bei der Film- und Fernsehproduktion gibt es oft nur männliche, nicht migrantisch gelesene Personen hinter der Kamera. Es scheint ein Problem zu sein, Frauen*, Medienschaffende mit Migrationsgeschichte und BPoC zu finden. Sie sind offenbar nicht Teil des Netzwerkes der Medienanstalten. Dabei sind Schwarze Personen noch viel unterrepräsentierter als People of Color.

Im Hörfunk gibt es keine sprachlichen Färbungen, keine Akzente – es sei denn, sie dienen dazu, ein stereotypisches Bild der Senderegion abzubilden, wie Bayrisch beim BR. Im Fernsehen und in Videoformaten im Web wird dies eher zugelassen.

Auf der Konferenz haben wir auch festgestellt, dass viele der Forderungen, die Migrantisierte bereits vor 30 Jahren aufgestellt hatten, heute immer noch nicht erfüllt sind. Da sollte der ÖRR weiter sein!

Beim Gespräch über Befugnisse wurde erklärt, dass es für eine:n Gleichstellungsbeauftragte:n eine gesetzliche Grundlage gibt. Für eine:n Beauftragte:n für Vielfalt hingegen gibt es das bisher nicht. Das heißt, vom Gesetzgeber sind keine eigenen Befugnisse vorgesehen.

Die Studie der *Neuen deutschen Medienmacher:innen* zeigt u. a., dass das Bewusstsein in den Medienhäusern bezüglich der Bedeutung von Vielfalt für eine demokratische Öffentlichkeit zwar gestiegen ist, aber daraus folgten keine Handlungen.

Schlussendlich wurde die Notwendigkeit eigener Initiativen, d. h. von Projekten außerhalb der bestehenden Medienanstalten, benannt. In den klassischen Strukturen kommen Menschen aus marginalisierten Gruppen viel schwerer nach oben. Wenn sich ihre mediale Partizipation und Repräsentation verbessern soll, braucht es auch eine alternative Medienproduktion, außerhalb des ÖRR.

**Bestandsaufnahme MDR**

Im MDR wurde das *Netzwerk für Vielfalt* gegründet, das Maßnahmen zur Sensibilisierung erarbeitet. Das Netzwerk will mit Redaktionen ins Gespräch kommen und Angebote machen, z. B. durch Aktionen wie den Diversity-Tag, der 2020 zum ersten Mal stattfand. Es fehlt jedoch an Ressourcen und im *Netzwerk für Vielfalt* engagieren sich Mitarbeitende des MDR „nebenbei“.

Die Zusammenarbeit zwischen dem ÖRR und (post-)migrantischen Organisationen und Interessenverbänden fehlt momentan noch. Sie sollten in Gremien wie z. B. dem Rundfunkrat mitarbeiten, da dort Programmthemen verhandelt werden. Mit anderen Gruppen gibt es bereits regelmäßige Treffen. Verbände, die die Interessen von Menschen mit Behinderung vertreten, treffen sich beispielsweise mit Redaktionen, der Intendantin und Mitgliedern des Rundfunkrates, um das Programm zu diskutieren.

Es gibt noch keine Statistik, aber gefühlt ist die Belegschaft des MDR sehr homogen in ihrer Herkunft und ihren Erfahrungswerten. Momentan diskutiert das *Netzwerk für Vielfalt*, wie festgestellt werden kann, wie divers der MDR aufgestellt ist. Kriterien und Verfahren stehen noch nicht fest.

## 3. Forderungen & Handlungsempfehlungen

### 3.1 Strategie und Maßnahmen

Es sollte eine durchdachte Diversity-Strategie mit Maßnahmenplänen für alle Unternehmensbereiche entwickelt und etabliert werden, mit klaren Zielsetzungen, die für Belegschaft und Gesellschaft transparent sind. Alle Ebenen und Bereiche sollten mit einbezogen werden, von der Personalstruktur bis zur Programmgestaltung. Für die Erreichung der Ziele sollte ein klarer Zeitrahmen festgelegt werden. Die Entwicklung sollte dauerhaft beobachtet und empirische Daten prozessbegleitend festgehalten werden. Diversity ist eine dauerhafte Aufgabe, da auch die Gesellschaft sich permanent verändert.

Marginalisierung kann durch die Erfassung von Daten sichtbar gemacht werden. Solche Daten sollten in Organisationen als Grundlage für eine inkludierende Interessenvertretung dienen. In Verwaltungsrat und Rundfunkrat braucht es mehrere (post-)migrantische Personen, um neue Inhalte einbringen zu können. Für einen Wandel wird ein Anteil von 30% empfohlen. Um dies umzusetzen, sind entsprechende Verträge notwendig.

Wiederholt wurde auf der Konferenz festgestellt: „Es ist Zeit für Quoten!“ Denn Quoten sind ein Treiber für Wandel. Ob sie irgendwann überflüssig werden, wird sich zeigen. Aber vom Thema Frauenanteil wissen wir, dass sie ohne Quoten in vielen Bereichen schnell wieder zurückgedrängt würden. Bei der Einführung von Quoten muss klar kommuniziert werden, warum sie wichtig sind. Beim ÖRR kann ein diverseres Personal durch Quoten und durch Förderungsgesetze erreicht werden. Dabei sollte die ganze Wertschöpfungskette berücksichtigt und der Anteil

von Personen aus marginalisierten Gruppen erhöht werden, d. h. nicht nur vor der Kamera, sondern auch unter Autor:innen, Redakteur:innen, Regisseur:innen und Produzent:innen.

Zusätzlich braucht es Redaktionsmitglieder, die den Aufbau eines Netzwerkes und die Umsetzung von Diversitätsmaßnahmen unterstützen.

Um das Thema postmigrantische Diversität nachhaltig bespielen zu können, sollte es Stellen für Diversität geben, die mit Budget und Befugnissen ausgestattet sind. Diese Vielfaltsbeauftragten können reflektieren, durch welche Weichenstellungen Veränderungen herbeigeführt werden können. Die Beauftragte für Integration und interkulturelle Vielfalt des WDR, Dr. Iva Krtalic, arbeitet mit den Abteilungen für Personal, Aus- und Fortbildung sowie Medienforschung und mit den Redaktionen zusammen.

Das Ziel eines Wandels für mehr Diversität sollte nicht nur eine journalistische bzw. fachliche Professionalisierung sein, sondern, dass in allen Programmsparten und Unternehmensbereichen aus einem anderen Denkrahmen gearbeitet wird. Denn wer über Vielfalt redet, sollte über Rassismen reden! Im Dialog mit Betroffenen muss sich darüber verständigt werden, was Rassismen bedeuten. Und für einen ernst gemeinten Dialog der Medienhäuser mit (post-)migrantischen Organisationen und Verbänden ist es wichtig, dass Begegnungen auf Augenhöhe stattfinden.

Für einen nachhaltigen Wandel ist es außerdem ratsam, dass Medienhäuser Prozesse der Medienproduktion professionell begleiten und betreuen lassen. Es gibt viele Menschen und Organisationen mit Expertise.

### 3.2 Themen, Inhalte und Formate

Die Redaktionen und Medienanstalten sollten sich, für mehr Diversität auf inhaltlicher Ebene, aktiv auf die Suche nach neuen Geschichten und Perspektiven machen – nicht nur für Nischenprogramme, sondern für die Fläche. So, dass die Vielfalt der Gesellschaft in den Medien spürbar, sichtbar und hörbar wird. Die Sender sollten sich neuen, ungewohnten Themen öffnen und sich Input für und Feedback während der Entwicklung neuer Formate aus den entsprechenden Communities holen. Um das Publikum in die Programmgestaltung einzubeziehen, wird auch die Gründung eines Publikumsrates empfohlen. Die Konferenzteilnehmenden rufen dazu auf, Mut zu beweisen und neue Formate zu entwicklen – so wie es beispielsweise die Streaming-Angebote bereits vormachen. Es braucht ein neues Narrativ in den Informations- und Unterhaltungsmedien, das den demografischen Wandel realistisch abbildet, um Geschichten zu erzählen, die uns

alle betreffen. Im Internet können im Gegensatz zum Fernsehen komplexere Geschichten mit mehrdimensionalen Charakteren erzählt werden, da sie nicht an eine Sendezeit gebunden sind. In Mediatheken und auf Streaming-Plattformen kann das Publikum Serien ganz individuell rezipieren.

Was es für eine Repräsentation gesellschaftlicher Vielfalt und Differenz zu beachten gilt, fassten Anna Sabel und Mehmet Arbag vom *Verband binationaler Familien und Partnerschaften* (iaf e.V.) so zusammen:

1. keine Stereotypisierung,
2. keine Veranderung („Othering"), d. h. kein Fremdmachen und keine Ausgrenzung („wir – die Anderen")
3. gleichberechtigte Repräsentation und
4. macht- und herrschaftskritisch berichten und erzählen

Journalist:innen sollten sich die (extra) Mühe machen, Expert:innen für unterschiedliche Themen zu suchen, die eine (post-)migrantische Erfahrung haben. Auch jüngere Expert:innen sind erwünscht. Dabei ist es einerseits wichtig, BPoC zu verschiedenen Themen als Expert:innen einzuladen. Gleichzeitig ist es problematisch, sie ausschließlich aufgrund von Zuschreibungskategorien und um einer Vollständigkeit des Podiums willens einzuladen. Eine nach Augenscheinlichkeit hergestellte Vielfalt ist nicht immer auch eine Vielfalt der Positionen.

Generell sollte Diversität bzw. die Frage „Welches Bild von Gesellschaft transportiere ich eigentlich?" in allen Beiträgen Beachtung finden, auch zu Alltagsthemen, wie z. B. Autoversicherungen.

### 3.3 Sprache

Die Medien haben die Aufgabe, eine diskriminierungssensible, rassismuskritische und inklusive Sprache zu finden. Es sollte eine Sprache sein, die für eine breite Öffentlichkeit verständlich ist und gleichzeitig Differenzierung zulässt. In der Realität einer postmigrantischen Gesellschaft gibt es beispielsweise diversere Begriffe als „Menschen mit Migrationshintergrund". Begriffe wie Migrationsbiografie, Migrationsgeschichte, BIPoC (und diese Gruppe muss nichts mit Migration zu tun haben) sind Begriffe, die sowohl die Diversität abbilden als auch sympathisch sind.

Wenn Medienhäuser eine sprachliche Vielfalt und eine Vielfalt an Akzenten zulassen, wird Diversität nicht nur sichtbar, sondern auch hörbar. Und auch Mehrsprachigkeit ist Teil der postmigrantischen Gesellschaft und sollte im ÖRR vorhanden und mehrsprachiger Alltag durchaus ein Thema sein.

Über Menschen mit Migrationsgeschichte wird oft nicht als Personen berichtet. Ihre Persönlichkeit hat keinen Platz in der Berichterstattung. Aber anstatt Menschen auf ihre Herkunft oder Zugehörigkeit zu einer Gruppe zu reduzieren, sollten sie als Individuen, als Personen dargestellt und ihre Namen genannt werden.

Auch bei der Suche nach Interviewpartner:innen sollten Journalist:innen ihre Haltung und Sprache reflektieren. Die Anfragen beispielsweise bei Migrant:innenorganisationen sollten offen und vorurteilsfrei formuliert sein. Abgelehnt werden Anfragen, die eine zementierte, bestimmte Darstellung von Migrationsfiguren vermuten lassen.

### 3.4 Fort- und Weiterbildung des Personals

In internen Sitzungen und Fortbildungen sollte den Medienschaffenden regelmäßig mitgegeben werden, dass Migrant:innen und/oder BPoC nicht nur zum Thema Migration und Rassismen, d. h. zu Belangen befragt werden, von denen die Journalist:innen glauben, dass sie sie berühren! Journalist:innen sollten bei jeder Gelegenheit daran erinnert werden, ihre Auswahl der Gesprächspartner:innen vielfältig zu gestalten – von Straßenumfragen bis hin zu Expert:innenrunden und egal zu welchem Thema. Bisher wird daran i.d.R. nicht gedacht.

Rassismuskritische Bildung sollte in Zukunft ein fester Bestandteil in Aus- und Fortbildungsprogrammen für (angehende) Medienschaffende sein. Rassismen strukturieren unsere Gesellschaft und Rassismen durchziehen auch unsere Medien. Ein Bewusstsein dafür zu schaffen und zu stärken, ist grundlegend und nachhaltig. Ein Grundprinzip von Rassismen ist es, dass Menschen in Gruppen aufgeteilt werden. Diese Gruppen werden homogenisiert und untereinander hierarchisiert – und das hört nicht in dem Moment auf, in dem Schwarze Menschen und People of Color stärker in den Medien vertreten sind. Alle Medienschaffende sollten rassismuskritische Bildung erhalten, damit sie für die Herausforderungen in ihren spezifischen Kontexten selbst Antworten finden können.

### 3.5 Personalstruktur

Damit (post-)migrantische Inhalte und Formate authentisch sind, sollten sie von Personen gemacht werden, die selbst Erfahrungen (mind.) einer Community mitbringen. Auch hier gilt jedoch, dass Menschen angestellt werden sollten, weil sie die Produktion durch weitere Perspektiven bereichern, und nicht nur, weil sie zu einer bestimmten Gruppe gehören. Die Sender sollten Kontakte herstellen und

einen Pool an Medienschaffenden mit Migrationsgeschichte und/oder BPoC aufbauen. Wer Personen für bestimmte Aufträge, Stellen oder Aufgaben sucht, kann sich u. a. an die *Neuen deutschen Medienmacher:innen* wenden.

Für eine postmigrantische Perspektive sind aber nicht nur Migrant:innen und/oder BPoC verantwortlich, sondern die gesamte Gesellschaft. Das heißt, die postmigrantische Perspektive kann nicht nur durch Migrant:innen eingenommen werden. Das zeigten bereits Böhmermann oder Joko & Klaas, als sie sich mit der Position der Migration (diese betrifft Migrantisierte, Migrant:innen und BPoC) beschäftigten.

Um zu wissen, wie divers das Personal ist, können freiwillige Umfragen durchgeführt werden. Dr. Iva Krtalic führt solch eine freiwillige Umfrage unter allen, die neu zum WDR kommen und einen Vertrag unterzeichnen, durch. Die Befragten können sich dazu äußern, ob sie einen sogenannten Migrationshintergrund nach Definition des Statistischen Bundesamtes haben und/oder sich als BIPoC bezeichnen oder nicht. Daraus ergibt sich die Statistik zu den Neuzugängen.

Für einen Wandel braucht es allerdings nicht nur Diversität unter Angestellten im Service und unter Journalist:innen, sondern auch auf Führungsebene!

### 3.6 Nachwuchs und Zugang zum ÖRR

Auf der Konferenz wurde immer wieder diskutiert, wie der ÖRR den Zugang für Migrant:innen, Postmigrant:innen und/oder BPoC verbessern und sie als Nachwuchs gewinnen kann. Daran schließt die Frage, warum der Nachwuchs nicht diverser wird, obwohl die Diversität der Gesellschaft wächst.

Ohne Vorbilder und Ansprechpersonen beim ÖRR, mit denen sich Migrant:innen, Menschen mit familiärer Migrationsgeschichte und/oder BPoC identifizieren können, wird sich das nicht ändern. Dass es beim ÖRR kaum eine Person mit Migrationsgeschichte und/oder BPoC gibt, wirkt sehr abschreckend. Hinzu kommt, dass migrantisierte Menschen meist auf Druck der Eltern eher Wirtschaft oder Jura studieren und selten Medienwissenschaften oder Journalistik. Deswegen sind Möglichkeiten zum Quereinstieg für sie besonders interessant.

Um die Diversität im Bereich Nachwuchs zu erhöhen, sollten Diversitätsbeauftragte mit der Aus- und Fortbildungsabteilung eng zusammenarbeiten. Der WDR konnte den Zugang für Menschen mit Zuwanderungsgeschichte erleichtern. Dies kann durch Veränderungen der Voraussetzungen für Volontariate und auch für sonstige Bewerbungen sowie durch Änderungen im Auswahlprozess gelingen. Dies zeigt, dass sich auch mit kleinen Hebeln die Strukturen ändern lassen.

Die Medienhäuser sollten sich aber auch aktiv auf die Suche begeben. In den vergangenen Jahrzehnten haben selbstbewusste Macher:innen in sozialen Medien die Lücke gefüllt, die der ÖRR und auch die privaten Medien haben entstehen lassen. Sie haben sie mit neuen, interessanten und coolen Inhalten gefüllt. Social Media ist eine Fundgrube für Nachwuchs. So spricht z. B. COSMO Radio Menschen gezielt für bestimmte Aufgaben an.

Der ÖRR sollte Rahmenbedingungen schaffen, damit guter Journalismus, z. B. von Podcaster:innen, auch finanziert wird. Und er sollte selbst Talente ausbilden, aufbauen und fördern. Das fängt bei gut bezahlten Praktika an. Auch Stipendien wären denkbar. Da Praktika i.d.R. der erste Schritt in den Medienbetrieb sind, sollten sie nicht nur für Personen möglich sein, die die entsprechende finanzielle Grundlage mitbringen. Jede:r sollte sich ein Praktikum „leisten“ können. Wenn Praktikant:innen die Chance gegeben wird, sich tatsächlich einbringen zu können, zahlt sich das auch für das Medienunternehmen aus.

Zur Nachwuchsförderung sind des Weiteren Mentoringprogramme für Journalist:innen mit Migrationsgeschichte und/oder Journalist:innen of Color sinnvoll. Es ist sehr schwer, sich ohne Kontakte und finanzielle Sicherheit zu etablieren. Deswegen braucht es eine Unterstützung vom Bewerbungsprozess bis zum Durchsetzen in der Redaktion.

Eine weitere Idee ist ein gemeinsamer Talentpool der Medienhäuser des ÖRR, der die Möglichkeit bietet, sich in verschiedenen Formaten und in mehreren Sendern auszuprobieren.

Um den Nachwuchs schon früh zu ermutigen und das Bild des ÖRR zu verändern, können Begegnungen mit Vorbildern wie den *Datteltätern* organisiert werden. Eine Tour durch Schulen mit einem hohen Anteil von Schüler:innen mit Migrationsbezug würde zeigen, dass es im Medienbereich und beim ÖRR berufliche Perspektiven für sie gibt.

Bestehende Angebote für angehende Medienschaffende:

- Beim Radiosender MDR SPUTNIK gibt es eine Fläche im Programm für neue Konzeptideen. Jana Cebulla bietet ihre Unterstützung für den eigenen Weg in den MDR an.
- RBB Sommerakademie
- *young reporter* ARD Themenwoche
- Die Talentwerkstatt *WDR grenzenlos* bietet 3-Monats-Praktika für migrantische Medienmacher:innen an und ist auch für den Quereinstieg geeignet.

## 4. Beispiele Guter Praxis – Hingucken und inspirieren lassen!

### BBC / Großbritannien

- Maßnahmen für das ganze Haus werden zentral und professionell erstellt, evaluiert und angepasst, um gesetzte Zielkorridore zu erfüllen. Die Berichte sind transparent und öffentlich zugängig.
- Das *BBC Asian Network* macht ein Programm, das die Bedürfnisse der (sehr vielfältigen) Communities adressiert. Dazu wurden Publikumsbefragungen durchgeführt.
- Um (post-)migrantische Communities zu repräsentieren, abzubilden und als Zielgruppe zu erreichen, gibt es bei der BBC Quoten für Personal- und Führungskräfte.
- In England gibt es die Diversity-Standards des BFI (*British Film Insitute*). Um Fördergelder erhalten zu können, muss eine gewisse Diversität in den unterschiedlichen Bereichen der Filmproduktion gegeben sein.

### WDR

- COSMO hat das Wort „postmigrantisch“ in sein Markenversprechen aufgenommen, denn: „Wir leben in einer Gesellschaft, die durch Migration geprägt ist und diese Gesellschaft wollen wir auch abbilden.“[1] Im Programm von COSMO Radio gibt es neben Angeboten auf deutsch auch 9 Sendungen in anderen Sprachen.
- Der WDR hat 2020 das Aus- und Fortbildungsprogramm „Berichterstattung in der pluralen Gesellschaft“ aufgestellt.
- Der WDR hat eine Mediennutzungsstudie unter jungen Menschen mit Zuwanderungsgeschichte durchgeführt, die zeigt, dass für die Mediennutzung die Altersgruppe ausschlaggebend ist und nicht die Herkunft.

### KiKA

- Bei KiKA fanden Workshops zu den Themen Anti-Rassismus und Vielfalt statt, u. a. mit Tupoka Ogette und Tyron Ricketts.
- KiKA entwickelt mit einer Produktionsfirma ein neues Format, in dessen Mittelpunkt die Alltagserfahrungen einer divers zusammengesetzten Kinderclique stehen. Jeder der Kinder-Charaktere hat seine:n eigene:n Autor:in – ebenfalls mit unterschiedlichen Backgrounds. Das ist ein spannender Lernprozess für alle, die an der Produktion beteiligt sind.

1 – Schiwa Schlei auf der Konferenz, 13.11.2020

**SWR**

- Der SWR hat das Ziel, dass 25% der Belegschaft einen sogenannten Migrationshintergrund haben.
- Es gibt beim SWR ein neues Format für den direkten Austausch mit dem Publikum namens *Interkultur trifft SWR*.
- Im SWR gibt es mehrere migrantische Vertreter:innen im Verwaltungsrat und im Rundfunkrat.
- Die Beauftragte für Vielfalt und Integration des SWR, Anna Koktsidou, versucht, auf vielen unterschiedlichen Wegen zu sensibilisieren. Die Grundlage für ihre Arbeit ist, dass der Intendant Veränderung einfordert und fördert und dabei nicht lockerlässt.

***funk* – Content-Netzwerk von ARD und ZDF, am Beispiel der *Datteltäter***

- Medienschaffende können eigene Inhalte für Social Media im Rahmen von *funk* produzieren. Wenn Infrastruktur und Finanzierung bereitgestellt werden und die Themen und Inhalte selbstbestimmt sind, entstehen neue, zeitgemäße Formate.

**UFA**

- Die UFA hat die Selbstverpflichtung kommuniziert, bis 2024 vor und hinter der Kamera marginalisierte Gruppen so zu repräsentieren, wie sie auch in der Gesellschaft auftauchen.

# Für öffentlich-rechtliche Medien im postmigrantischen Deutschland braucht es...

**Diversity Management anstatt Managing Diversity**

- umfassende Strategie
- Maßnahmenpläne für alle Unternehmensbereiche mit Zielsetzung in bestimmtem Zeitrahmen
- (externe) Evaluation und ggf. Anpassung von Maßnahmen
- Beratung und Prozessbegleitung durch Diversity-Expert:innen
- wissenschaftliche Begleitung

**Regelmäßige Datenerhebung**

- Quoten (kritische Masse für Wandel = 30%)
- wissenschaftliche Studien

**Interessenvertretung von BPoC und Migrant:innen in Staatsverträgen für Gremien festlegen**

- Verwaltungs- und Rundfunkrat
- Publikumsrat schaffen

**Gesetze zur Förderung und Forderung von Diversity**

- gesetzliche Grundlage für Diversity-Beauftragte
- Förderungsgesetze, Förderungsvoraussetzungen
- Quoten durchsetzen

**Kommunikation**

- im Unternehmen: für Transparenz und Sensibilisierung
- Dialog institutionalisieren: mit Migrant:innen und BPoC sowie Organisationen, die sie repräsentieren

**Rassismuskritische Bildung der Mitarbeiter:innen und des Stammpublikums und von angehenden Medienschaffenden**

- diverse Perspektiven auf Geschichte und Gesellschaft für ein neues Narrativ
- Awareness/Bewusstsein für Rassismus und diskriminierungssensibles Klima schaffen
- vorurteilsfreie und diskriminierungssensible Sprache

**Nachwuchsförderung und erleichterten Zugang für Medienschaffende mit Migrationsgeschichte und BPoC**

- sichtbare Vorbilder und Ansprechpersonen, in denen Migrantisierte und BPoC sich wiedererkennen können
- Zugangsvoraussetzungen, Bewerbungs- und Auswahlprozesse anpassen
- Veranstaltungen und Kampagnen, um Schüler:innen für Medienberufe zu interessieren
- Stipendien, Mentoringprogramme
- Talentsuche in Sozialen Medien
- Rahmenbedingungen im Sinne einer selbstbestimmten Medienproduktion anpassen

**Offenheit für neue Ideen, Sichtweisen, Erzählweisen, Sprachen und Akzente**

**Wille und Mut zur Veränderung sowie die Bereitschaft, Fehler einzugestehen**

**Ressourcen: Zeit und Geld**

# Begriffe

### postmigrantisch

Die Berliner Theater-Intendantin Shermin Langhoff setzte ein Zeichen, als sie ihrem Theater *Ballhaus Naunynstraße* den Namen „Postmigrantisches Theater“ gab. Sie hat den Begriff immer wieder subversiv und neu eingesetzt, um auf die Öffnungs- und Schließungsprozesse in der deutschen Gesellschaft hinzuweisen. Für die Wissenschaft hat u. a. Dr. Naika Foroutan den Begriff aufgegriffen, um die heutige Gesellschaft zu beschreiben.

Das Präfix „post“ ist zwar zu interpretieren als etwas, das nach der Migration passiert. Jedoch zielt er nicht auf einen abgeschlossenen oder vorübergehenden Zustand von Migration ab. Der Begriff richtet den Blick auf die sozialen und politischen Transformationen, Konflikte und Identitätsbildungsprozesse, die nach erfolgter Migration kommen. Im gesellschaftlichen Transformationsprozess müssen sich auch die etablierten kulturellen, ethnischen, religiösen und nationalen Eliten und Institutionen einer neuen Aushandlung von Positionen, Zugängen, Ressourcen und Normen öffnen.

### postmigrantische Gesellschaft

Die postmigrantische Gesellschaft begreift sich als demokratische Einwanderungs- und Aushandlungsgesellschaft, in der allen, herkunftsunabhängig, die gleichen Rechte zukommen.

In einer postmigrantischen Gesellschaft wird Einwanderung und Auswanderung als Normalität anerkannt.

### postmigrantische Medien

Postmigrantische Medien spiegeln Deutschland als postmigrantische Gesellschaft und Einwanderungsland wider. Sie stehen für Chancengleichheit und gegen Ausgrenzung, für Anerkennung und gegen Rassismus ein und repräsentieren gesellschaftliche Vielfalt und Differenz. Sie kennzeichnet, dass sie ohne Stereotypisierung und Veranderung („Othering“) erzählen und sich stattdessen für eine gleichberechtigte Repräsentation einsetzen sowie macht- und herrschaftskritisch eingestellt sind. Häufig sind es Migrant:innen, Menschen mit familiärer Migrationsgeschichte, BIPoC, Menschen muslimischen Glaubens uvm. – Menschen, die aus vielen unterschiedlichen Gründen Diskriminierungserfahrungen machen – die Medien aus Positionen der Migration bzw. des Migrantisiertwerdens heraus produzieren. Aber auch in etablierten Medien gibt es Formate, die sich mit diesen Positionen beschäftigen und die wir zu postmigrantischen Medien zählen.

### (sogenannter) Migrationshintergrund

Nach der in Deutschland gebräuchlichen Definition des Statistischen Bundesamtes hat eine Person dann einen Migrationshintergrund, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil nicht mit deutscher Staatsangehörigkeit geboren ist. Menschen, die mit dieser Definition bezeichnet werden, ordnen sich nicht selbst in die Kategorie ein und können somit auch nicht mitbestimmen, ob sie sich als Mensch mit Migrationshintergrund sehen oder nicht. Die Verwendung des Begriffs „mit Migrationshintergrund“ außerhalb statistischer Betrachtungen ist umstritten, da er auch in Deutschland geborene und aufgewachsene Kinder von Zugewanderten als „anders“ und damit „nicht richtig zugehörig“ kategorisiert.

### Schwarz und *weiß*

Die Begriffe „Schwarz“ und „*weiß*“ (alternativ „Weiß“) bezeichnen keine tatsächliche Hautfarbe oder eine biologische Eigenschaft, sondern verweisen auf soziale Konstruktionen.

*Weiß* meint die sozialen, politischen und kulturellen Privilegien von Menschen, die keine Rassismen erfahren und sich deshalb in einer machtvolleren gesellschaftlichen Position befinden.

„Schwarz“ und „Schwarzsein“ sind Selbstbezeichnungen und die Konsequenz einer jahrhundertelangen Fremdbezeichnung. Es ist eine Form des Widerstandes

und der Ermächtigung. Als Schwarz bezeichnen sich Menschen, die Rassismen erfahren und die auf eine lange Widerstandsgeschichte gegen Rassismus zurückschauen.

### BIPoC

„BIPoC“ ist die Abkürzung von „Black, Indigenous, People of Color“. Auf Deutsch bedeutet es Schwarz, Indigen und die Bezeichnung People of Color wird nicht übersetzt. Sie alle haben gemeinsam, dass sie aus Widerständen entstanden sind und bis heute für die Kämpfe gegen Unterdrückung und für mehr Gleichberechtigung stehen. All diese Begriffe sind politische Selbstbezeichnungen. Ebenfalls übliche Abkürzungen sind BPoC und PoC.

### Token/ Tokenism

Eine Person aus einer marginalisierten Gruppe, die lediglich als Repräsentant:in einer Kategorie und nicht als Individuum betrachtet wird, wird als „Token“ bezeichnet.

Als eine Art „Alibi-Diversität“ werden ein paar wenige „Token“ in der dominanten Gruppe zugelassen. Dabei haben sie oft nicht die Möglichkeit, für sich selbst zu sprechen, sondern machen immer wieder die Erfahrung, auf „ihre“ (Identitäts-)Kategorie reduziert zu werden.

Diese Vorgehensweise zeigt sich in vielen unterschiedlichen Bereichen – so beispielsweise bei der Einstellung in einem Unternehmen bis hin zur Auswahl der Expert:innen für eine Talkshow-Runde.

### White Passing

Der Begriff „White Passing“ lässt sich mit ,,als *weiß* durchgehen“ übersetzen. Er bezieht sich auf Menschen, die sich selbst als nicht-*weiß* identifizieren, aber (häufig/immer/manchmal) als *weiß* wahrgenommen werden. Manchen BIPoC, die mit "White-Passing" bezeichnet werden, werden häufig so angesehen, als hätten sie mehr Privilegien als andere Personen in ihrer Community. Für Menschen, die „White Passing“ erleben, kann diese Uneindeutigkeit belastend sein, da sie eventuell sowohl Rassismen durch *weiße* Menschen als auch Misstrauen durch BIPoC erleben können.

# Wie vielfältig sind öffentlich-rechtliche Medien heute?

Einblicke, Fakten, wissenschaftliche Vergleiche und Begriffe aus Deutschland und Europa

## Vielfalt und Wandel im MDR

**Vortrag von Jana Cebulla**, Redaktionsleiterin der *Jungen Angebote* des MDR und Gespräch, moderiert von Dr. Merjam Wakili

die Redaktion *Junge Angebote* des MDR versteht die Repräsentation von Gruppen, die wenig mediale Fläche haben, sowie die Abbildung verschiedener Kulturen als öffentlich-rechtlichen Auftrag. Jana Cebulla stellt zwei Formate als gute Beispiele für das Abbilden von kultureller und menschlicher Vielfalt vor:

1. Sputnik Pride, ein Format, das für Lesben, Schwule, Transgender und Leute, die sich im nichtbinären Spektrum befinden, gemacht ist – und für viele mehr. Dabei geht es um Geschlechtsidentitäten, verschiedene Sexualitäten, alles, was nicht heteronormativ ist, alles, was abweicht von der Vorstellung „Mutter, Vater, Kind“. Die Sendung ist 2018 mit dem MDR-Moderator Kai Witvrouwen, der selbst homosexuell ist, entstanden.
2. Rapperlapapp, ein Format, das am 30.09.2020 gestartet ist. Es ist ein Rap-Podcast über die Texte und Themen, die sich zwischen den Zeilen befinden. Im Podcast wird nachgefragt: „Was hast du damit gemeint?“, „Was ist der Hintergrund?“, „Würdest du die Dinge – in dieser Intensität – wieder sagen?“. Rapper:innen bekommen die Chance, sich und ihre Texte zu erklären. Host ist Lumarra, die selbst Rapperin und in der Szene gut vernetzt ist. Dadurch ist es ein Gespräch auf Augenhöhe.

Bei den *Jungen Angeboten* des MDR und beim Radiosender SPUTNIK gibt es eine Fläche im Programm für neue Konzeptideen. Diese Fläche ist ein Angebot an junge Menschen, die sagen: „Ich hab ne Idee“ und die gerne Botschaften in die Welt tragen wollen. Dabei ist es wichtig, darauf zu achten, wer solche Formate in die Medien bringen kann. Damit es authentisch ist, sollten es Personen sein, die selbst die Erfahrung einer Community mitbringen. Jana Cebulla betont: „Wichtig ist, wir sprechen nicht über diese Community, sondern mit ihr und sind somit auch Teil der Community im ÖRR.“ Bisher führt der Weg ins Programm bzw. in eine Redaktion durch die Insitution MDR. Jana Cebulla würde sich aber über Input von außen freuen und wäre auch bereit, ein Stück des Weges gemeinsam zu gehen.

Der Wunsch nach mehr Diversität kommt in der Redaktion *Junge Angebote*, die eine Vorreiterrolle im MDR hat, vor allem vom jungen Team selbst, sozusagen Bottom-Up. Die jungen Mitarbeitenden fordern z. B. geschlechtsneutrale Sprache. Was Menschen mit Migrationsgeschichte und BIPoC betrifft, schätz Jana Cebulla die eigene Redaktion als nicht divers ein. Es gibt zwar eine Person polnischer Herkunft, jedoch keine People of Color. Doch eine Annäherung an das Thema ist für die Redaktion wichtig, wenn auch nicht einfach, da es an „Presentern“ mangelt. Es gäbe nahezu keine Bewerbungen von Migrant:innen und People of Color, z. B. für Praktika. Merjam Wakili findet, es sei eine interessante Forschungsfrage, wie es dazu kommt, dass sich kaum Menschen mit Migrationserfahrung und BIPoC beim MDR bewerben.

Das Thema Diversität ist aber auch „oben“ angekommen. Beim MDR gibt es mittlerweile auch einige Stellen für Vielfalt. Claudia Müller ist eine sehr rege Gleichstellungsbeauftragte, die das Thema Diversität voran bringt und mit der Intendantin in engem Austausch steht. Außerdem gib es eine Diversitätsgruppe, bestehend aus verschiedenen engagierten Menschen des MDR. Ihr Aufgabenfeld ist, Diversität als Thema im MDR nach vorne zu bringen.

# Diversity und Public Value im ÖRR – gesellschaftliche Vielfalt als Mehrwert für alle

**Vortrag von Dr. Dietmar Schiller**, Mitarbeiter des rbb
und Gespräch, moderiert von Dr. Merjam Wakili

„Wir können von BBC, ABC, CBC, RTE lernen, auch und vor allem aus deren Fehlern!“ begründet Dr. Schiller seine und Inge Mohrs vergleichende Betrachtung von Ansätzen und Strategien für Diversität des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Großbritannien, Kanada, Australien, Irland, Deutschland, Österreich und in der Schweiz. Inge Mohr und Dr. Dietmar Schiller haben sich aus politikwissenschaftlicher und empirischer Perspektive mit dem Thema *Diversity* beschäftigt und eine vergleichende Herangehensweise gewählt, um emotional geladene oder rein theoretische Debatten in den Rundfunkanstalten zu versachlichen.

### Diversity

Da der Begriff Vielfalt im ÖRR oft missverstanden wird, nutzt Dr. Schiller lieber den Begriff *Diversity*, den Inge Mohr und er in ihrer Arbeit folgendermaßen definiert haben:

> **„Diversity bezieht sich auf die Wertschätzung aller Menschen unabhängig von ihrer ethnischen, regionalen und sozialen Herkunft, ihres Geschlechts, ihrer sexuellen Orientierung und Identität. Merkmale wie Alter, Lebensphasen, Familienstatus, Bildungsgrad, Religionszugehörigkeit, Migrationshintergrund, physische oder psychische Fähigkeiten gehören ebenso dazu wie unsichtbare Unterschiede, die mit dem Begriff „Diversity of Minds“ beschrieben werden können. Hierzu zählen Lebenswelten, Weltanschauung, Sichtweisen, politische Einstellungen. Kurzum: Jeder Mensch ist unterschiedlich und Diversity erkennt diese individuellen Unterschiede ausnahmslos an.“**
>
> **(Mohr & Schiller 2020: 2)**

Das heißt, niemand darf in unserer Gesellschaft wegen irgendeines Merkmals diskriminiert oder diskreditiert werden. Sondern alle Menschen sollten die gleichen Zugänge, die gleichen Möglichkeiten zu Partizipation haben.

### Das Dreieck Diversity – Public Value – Corporate Social Responsibility (Soziale Verantwortung von Unternehmen)

Der ÖRR hat eine zentrale Aufgabe. Er ist gemeinwohlorientiert und er liefert einen substantiellen Beitrag zur gesellschaftlichen Integration und auch zum gesellschaftlichen Zusammenhalt. Und dies verkörpert *Diversity*. *Public Value* ist im Grunde das, was wir auch messen können – nämlich den Wert, den der ÖRR für die Gesellschaft bringt. Und *Diversity* ist ein ganz wesentliches Merkmal davon. *Corporate Social Responsibility* (CSR) ist der dritte Faktor. Wir haben gerade die große Nachhaltigkeitsdebatte und *Diversity*, Vielfalt und Beteiligung sind wichtige Dimensionen oder Aspekte von CSR.

### Managing Diversity oder Diversity Management

Die Herangehensweise der Häuser des ÖRR in Deutschland ist Managing Diversity. Das ist ein wertorientierter Ansatz, d. h. aktuelle Ereignisse lösen das Gefühl aus, es müsse sofort etwas getan werden. Dies hat viele, nicht vernetzte Einzelmaßnahmen zur Folge, die konjunkturell getrieben sind. Es wird i.d.R. nur mit vereinzelten Aktionen reagiert und dieser Aktionismus schläft dann wieder ein. Die Häuser und Redaktionen dokumentieren und evaluieren ihre Maßnahmen nicht und stimmen sich nicht ab.

Das Diversity Management ist ein nutzenorientierter Ansatz und für den ÖRR kein ökonomischer Nutzen, sondern *Public Value* durch die Erfüllung des Auftrages, gesellschaftlichen Zusammenhalt und Integration zu befördern. Damit legitimiert sich der ÖRR auch, stärker als bisher, und zeigt: „Wir sind die sichere Bank dafür und das kann kaum jemand anderes besser als wir.“ Das ist der Schlüssel. Und seit den 1950er Jahren sind Gesellschaften in westlichen Demokratien so divers geworden, in vielfacher Hinsicht – das ist offensichtlich.

Die angelsächsischen Sender haben Diversity Management, d. h. Professionalisierung. Es werden Ressourcen in die Hand genommen. Es werden Menschen beauftragt und bezahlt, die sämtliche Diversity-Maßnahmen für das gesamte Haus aufsetzen, evaluieren und verändern. Es gibt Zielkorridore, die besagen, welche gesellschaftlichen Gruppen mit welchem Prozentsatz abgebildet sein sollen – vor der Kamera und dem Mikrophon sowie in anderen Bereichen des Unternehmens, z. B. in der Ausbildung. Werden diese Quoten nicht erfüllt, müssen die Maßnahmen verbessert werden. Den grundsätzlichen Unterschied des angelsächsischen ÖRR zum deutschen ÖRR kann man im Output sehen. Alle Sender haben Berichte, transparent und öffentlich, mit allem Hin-und-Her. Und da befinden wir uns noch am Anfang.

## Fazit

Um dauerhaft Vielfalt in den ÖRR zu bringen, bedarf es klarer Ziele und einer dauerhaften Sicherstellung von empirischen Daten, weil die Gesellschaft sich permanent verändert und entwickelt. *Diversity* ist ein Prozess, weil auch die Gesellschaft ein Prozess ist. Demografischer Wandel, technische Innovation, wirtschaftliche Veränderungen – das alles verändert die Gesellschaft und die Menschen, die die Gesellschaft gestalten. Deswegen kann *Diversity* kein zeitlich begrenztes Projekt irgendwo im Haus sein. Es ist eine dauerhafte Aufgabe und eine Verpflichtung des ÖRR. Deswegen gibt es bei den angelsächsischen Sendern klare Unternehmenswerte, die mit einem sehr offenen *Diversity*-Begriff gekoppelt sind. Sie haben alle klare Strategiekonzepte entwickelt, mit Maßnahmenplänen, die auf alle Unternehmensbereiche ausgeweitet werden. Das Programm ist zwar essenziell, aber es werden sämtliche Bereiche mit Zielkorridoren versehen. Und alle beobachten permanent, was sich verändert.

Warum sich so lange nichts getan hat, könnte daran liegen, dass in Deutschland vieles über Gesetze funktioniert. Wir brauchen ein Gesetz, das auch mit Strafmaßnahmen unterlegt werden sollte, wie z. B. Quoten, bei deren Nichterfüllung Strafe gezahlt werden muss. Die Quote ist ein Treiber. Und im Gegensatz zu Großbritannien und Co. fehlt uns in Deutschland bisher die Einsicht, dass *Diversity* eine Notwendigkeit ist. Es wurde vielleicht nicht ernst genug genommen.

Dr. Schiller empfiehlt des weiteren die Gründung eines Publikumsrates nach angelsächsischem Vorbild. In den letzten 5 Jahren ist aber auch bereits einiges in Bewegung gekommen. Die Vernetzung zwischen und die Arbeitsintensität in den Häusern haben zugenommen. Auf die Frage, wie der ÖRR in Sachen Nachwuchs diverser werden kann, nennt Dr. Schiller als Good-Practice-Beispiele:

- WDR grenzenlos,
- RBB Sommerakademie „Vielfalt entdecken“
- young reporter der ARD Themenwoche

## Literaturverzeichnis

Inge Mohr, Dietmar Schiller (2020): Diversity und Public Value – gesellschaftliche Vielfalt als Mehrwert für alle. Strategie und Best Practice des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im In- und Ausland. In: Media Perspektiven 1/2020.

# Diversity and Change in BBC

**Vortrag von Assoc. Prof. Gurvinder Aujla-Sidhu**,
und Gespräch, moderiert von Dr. Merjam Wakili

In ihrem Vortrag präsentiert Assoc. Prof. Gurvinder Aujla-Sidhu Ergebnisse ihrer Doktorarbeit und ihres im kommenden Jahr erscheinenden Buches. In ihrem Buch untersucht sie vordergründig das *BBC Asian Network* und analysiert, wie es um Diversität in der BBC steht.

### British Asian Community

Zunächst geht sie auf die British Asian Community in Großbritannien ein. Der Begriff Asian meint in Großbritannien Personen, die ein (familiäres) Erbe in Südostasien – Indien, Pakistan, Sri Lanka oder Bangladesch – haben. Die Community lässt sich besonders auf zwei größeren Migrationsbewegungen zurückführen. Die erste konzentriert sich auf die Zeit vor und nach dem Zweiten Weltkrieg. Als Mitglieder des Commonwealth immigrierten zu dieser Zeit viele Menschen aus den südostasiatischen Staaten, ehemals britisch kolonialisierten Ländern, nach Großbritannien. Anschließend kamen in den 1970er Jahren African Asians aus Uganda. Heute ist die British Asian Community mit 7% die größte ethnische Gruppe in Großbritannien. Jedoch zeigt bereits die Vielzahl an Ländern, Sprachen und Religionen, dass es sich keinesfalls um eine homogene Gruppe handelt.

### Das BBC Asian Network

In den späten 1960er Jahren erkannte die BBC, dass sie auch diese Community und deren (Informations-)Bedürfnisse wahrnehmen und erreichen muss. Dieser Auftrag wurde jedoch vorerst als Integrationsaufgabe verstanden. Der öffentlich-rechtliche Sender stellte sich nun die Frage, was für ihn britische Identität bedeutet und wie sie diese gegenüber der *British Asian Community* artikulieren können. Aus diesen Gedanken entwickelten sich nach und nach multikulturelle Programme, die zu der Gründung des eigenen Radiosenders *BBC Asian Network* führten. Es ist das einzige Radio in Großbritannien, das gezielt auf eine ethnische Community ausgerichtet ist. Doch auch in diesem spezifischen Sender stellt sich die Frage:  Wie schafft es ein öffentlich-rechtliches Radio so vielen unterschiedlichen Menschen unter dem Schirm British Asian gerecht zu werden?

Der Medienmanager und Gruppengeschäftsführer der BBC Bob Shennan sagte dazu im Interview, dass es nicht die Asianness ist, die die Menschen der Community verbindet, sondern die Britishness. Dazu kommt allerdings, so Aujla-Sidhu, dass die 3. Generation der British Asians eine erneute, starke Verbindung zu Asien verspürt. Sie verweist an dieser Stelle auf den Widerspruch, dass sich der Verknüpfungspunkt aller Community-Mitglieder im britisch-sein ausdrückt, gleichzeitig aber der Wunsch nach asiatischem Content wächst. Darüber hinaus stellen sich die Fragen nach den Chancen und Grenzen eines isolierten Community-Netzwerks und, warum die Inhalte des *BBC Asian Networks* nicht in das Hauptprogramm der BBC eingebunden werden. Die Interviews mit dem Publikum des Community-Radiosenders haben gezeigt, dass ein abgekoppeltes Radio von dem Publikum sehr geschätzt und gewünscht wird. Die Befragten sind mehrheitlich stolz darauf, dass die BBC die Community (an-)erkennt und darauf, ein eigenes Programm zu haben, das ihre Bedürfnisse adressiert.

### Diversity und Inklusion in der BBC

Im zweiten Teil ihres Vortrags leitet Aujla-Sidhu von der historisch-kulturellen Bedeutung des *BBC Asian Networks* über zu den Zahlen und Fakten, wie es aktuell um Diversität und Inklusion in der BBC steht. Hierzu nimmt sie Bezug auf die Diversity-Strategie des Senders.

Aktuell gehören 14,8% der Angestellten der BBC ethnischen Minderheiten an, was ungefähr dem Anteil der britischen Gesellschaft entspricht. Dies gibt allerdings kein bedeutungsvolles Bild her, da die meisten Angestellten ethnischer Minderheiten im Professional Service Centre arbeiten – somit außerhalb der Redaktionen. Schaut man sich die Redaktionen des Radios isoliert an, so sind es sogar nur 9%. Es lässt sich somit festhalten, dass die BBC in den eigenen Strukturen nicht die Gesellschaft widerspiegelt, wie sie ist. Um das zu verändern, hat sich die BBC ein Budget von 100 Millionen Pounds gesetzt, um Diversität im Fernsehprogramm, aber auch in den Produktionsteams zu fördern. Der Sender verfolgt das Ziel, diverse Angestellte (Aujla-Sidhu fasst darunter BIPoC, Menschen mit Behinderung, Menschen aus finanziell ärmeren Verhältnissen und Menschen mit einer von der Norm abweichenden Genderidentität) auf ein Minimum von 20% zu erhöhen. An dieser Stelle argumentiert Aujla-Sidhu, dass diese Vorgehensweise zu einfach gestrickt ist: Auf diese Weise wird die Aufgabe einer thematischen und strukturellen Veränderung des Senders sowie die daraus folgende Verantwortung allein den *Diversen* aufgeladen. Weiter erklärt sie, dass die Menschen mit dieser Strategie nur mit dem Ziel eingestellt werden, das Image der BBC zu verändern.

So wird individuelles Expert:innenwissen der neu eingestellten Personen nicht berücksichtigt, sogar ignoriert. Darüber hinaus hemmt es die bereits Angestellten, selbst etwas an ihrer Arbeitsweise zu verändern.

Aus Aujla-Sidhus Argumentation lässt sich das Problem herausfiltern, dass Diversität in der BBC zwar visuell gewollt ist, die neuen Angestellten aus ihren Positionen heraus aber keinen Einfluss auf nachhaltigen, strukturellen Wandel haben. So zeigen Ergebnisse von Dr. Anamik Saha beispielsweise, dass Medien Produzent:innen aus marginalisierten Gruppen zwingen, machtvolle, (negativ) stereotypisierende Inhalte zu produzieren, damit es dem Mainstream-Publikum gerecht wird (vgl. Saha 2018).

## Fazit

Für einen wirklichen Wandel müssen Menschen angestellt werden, weil sie die Produktion durch weitere Perspektiven bereichern, und nicht, weil sie eine bestimmte Gruppe repräsentieren. Um dieses Verständnis von Diversität in allen Bereichen der BBC zu etablieren, braucht es das Diversitätskriterium nicht nur auf Ebene der Journalist:innen, sondern ebenfalls auf Führungsebene.

## Literaturverzeichnis

Anamik Saha (2018): Race and the Cultural Industries, Polity.

# Postmigrantische Formate im ÖRR?

Erfahrungen, Hindernisse und Chancen
für postmigrantische Medienschaffende im ÖRR

## Herrschaftskritisch Sprechen und Bebildern

**Vortrag von Anna Sabel und Mehmet Arbag** vom Projekt *(Un)Sichtbarkeiten in der Migrationsgesellschaft* vom *Verband binationaler Familien und Partnerschaften*, iaf e.V.

### 1. Von welcher Gesellschaft sprechen wir eigentlich?

Die politische Anerkennung Deutschlands als Migrationsgesellschaft ist noch nicht allzu alt. Immer schon haben Migrantisierte, Schwarze und People of Color Gesellschaft mitgestaltet, aber nicht immer wurden ihre Geschichten und vor allem ihre Perspektiven auf Deutschland anerkannt und medial repräsentiert.

Gastarbeiter:innen, die in der Nachkriegszeit aufgrund der Anwerbeabkommen nach Deutschland kamen, Vertragsarbeiter:innen in der DDR, Spätaussiedler:innen und Menschen, die in den 1990er Jahren nach Deutschland flüchteten – zu keiner dieser Zeiten wurden migrantisierte Menschen als selbstverständlicher Teil der Gesellschaft anerkannt. Der Historiker Klaus Bade sprach bereits in den 1990er Jahren von der großen bundesrepublikanischen Lebenslüge. Es hat lange gedauert, bis die Realität einer Gesellschaft der Vielen anerkannt wurde. Es gab in den 2000er Jahren unzählige Integrationsdebatten, Scheindebatten und Scheinfragen – beispielsweise, ob der Islam zu Deutschland gehöre. Doch hier hat sich grundlegend etwas verändert.

**2. Welche Perspektive ist mit postmigrantischen Medien verbunden?**

Deutschland wird als Migrationsgesellschaft anerkannt. Gesellschaftliche Diversität gilt heute als etwas Gegebenes und Anzuerkennendes. Diese Veränderungen sind auch in den Medien spürbar. Die Ansprüche an Medien, von Medien und von Medienschaffenden haben sich geändert. In Bezug auf Medien stellt sich die Frage: Wie müssen sich Medien verändern, wenn sich die Wahrnehmung und Beschreibung von Gesellschaft verändert? Wie kann gesellschaftliche Vielfalt und Differenz repräsentiert werden?

- keine Stereotypisierung
- keine Veranderung („Othering"), d. h. kein Fremdmachen und keine Ausgrenzung („wir – die Anderen")
- gleichberechtigte Repräsentation
- macht- und herrschaftskritisch

*Rassismus strukturiert unsere Gesellschaft und Rassismus durchzieht auch unsere Medien. Ein Grundprinzip von Rassismus ist, dass Menschen in Gruppen aufgeteilt werden. Diese Gruppen werden homogenisiert und untereinander hierarchisiert.*

Es ist wichtig zu verstehen, dass die Unterscheidung zwischen *weißen* Deutschen und Schwarzen Deutschen und People of Color eine sehr machtvolle ist! Diese Unterscheidung stellt ein grundlegendes Repräsentationsschema dar. Rassismus strukturiert unsere Gesellschaft und Rassismus durchzieht auch unsere Medien. Ein Grundprinzip von Rassismus ist, dass Menschen in Gruppen aufgeteilt werden. Diese Gruppen werden homogenisiert und untereinander hierarchisiert. Und das hört nicht in dem Moment auf, in dem Schwarze und People of Color stärker in den Medien vertreten sind. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, Stereotypisierungen zu problematisieren und zu fragen, in welchen Formaten, zu welchen Themen Schwarze und People of Color befragt werden. Werden sie ganz selbstverständlich als Expert:innen in Themen wie Umweltschutz oder Covid-19 anerkannt? Oder werden sie doch vorwiegend zu Rassismus und Migrationsthemen befragt?

Nehmen wir beispielsweise ein Talkshow-Format mit einer Handvoll Gäste. Sind dort Menschen mit unterschiedlichen Positionierungen, d. h. auch Schwarze und People of Color vertreten? Das sollten sie, wenn die Talkshow gesellschaftliche Vielfalt repräsentieren möchte.

Aber zugleich passiert da etwas ganz merkwürdiges, das wir auch als Dilemma bezeichnen würden. Indem wir Menschen anhand bestimmter Differenzmarkierungen, wie z. B. als Schwarz oder als muslimisch, einladen, um Vielfalt zu repräsentieren, schreiben wir ihnen eben diese Differenz zu. Wir reproduzieren die Differenz, obwohl es diese ja eigentlich zu überwinden gilt.

### 3. Was macht die Produktion postmigrantischer Medien herausfordernd?

Es ist einerseits wichtig, BPoC zu verschiedenen Themen als Expert:innen einzuladen. Gleichzeitig ist es problematisch, sie aufgrund von Zuschreibungskategorien um einer Vollständigkeit des Plenums oder des Podiums willen einzuladen.

Dieses Dilemma können wir (noch) nicht lösen. Außerdem bedeutet eine nach Augenscheinlichkeit hergestellte Vielfalt nicht immer auch eine Vielfalt der Positionen. Prominente Beispiele hierfür wären die Positionen von Necla Kelek und Ahmad Mansour für die sogenannte Islamdebatte, die lediglich dominante Erzählungen absichern und Herrschaftsverhältnisse stützen – anstatt sie zu hinterfragen und ins Wanken zu bringen.

Eine postmigrantische Perspektive nimmt unser Erachtens nicht nur in den Blick, dass unsere Gesellschaft eine Migrationsgesellschaft, eine Gesellschaft der Vielen ist. Sondern sie nimmt auch in den Blick, dass diese Gesellschaft eine von Ungleichheitsverhältnissen strukturierte Gesellschaft ist, also beispielsweise eine durch Rassismus strukturierte Gesellschaft.

Es gibt sehr unterschiedliche Positionen in dieser Gesellschaft. Nicht alle finden gleichermaßen Gehör – und das hat etwas mit Macht zu tun. Die Machtverhältnisse ändern sich, haben sich geändert. Das merken wir z. B. daran, dass diese Tagung zum Thema postmigrantische Medien stattfindet. Wenn sich Machtkonstellationen ändern, wenn sich ändert, was sozial anerkannte Bilder sind, ändern sich auch die Medien. Das tun sie manchmal langsam oder verzögert, aber sie ändern sich. Postmigrantische Medien gehen unseres Erachtens jedoch darüber hinaus. Postmigrantische Medien bilden nicht nur die Gesellschaft in ihrer Vielfältigkeit ab, sie kritisieren auch Herrschaftsverhältnisse. Sie machen durch ihre kritische Haltung nicht nur sichtbar, wie Gesellschaft ist, sondern auch wie Gesellschaft gerechter sein könnte.

*Postmigrantische Medien bilden nicht nur die Gesellschaft in ihrer Vielfältigkeit ab, sie kritisieren auch Herrschaftsverhältnisse. Sie machen durch ihre kritische Haltung nicht nur sichtbar, wie Gesellschaft ist, sondern auch wie Gesellschaft gerechter sein könnte.*

**4. Wie können Medien in der postmigrantischen Gesellschaft produziert werden?**

Postmigrantische Medien gibt es nicht erst seit ein paar Jahren. Im Projekt *(Un)Sichtbarkeiten der Migrationsgesellschaft* haben wir uns auf die Suche begeben und einiges an Material gesammelt, welches wir in einer Videocollage unter dem Titel „Postmigrantische Medien – eine Annäherung in fünf Fragen“ zusammenführen werden. Die 5 Fragen sind:

1. Wessen Geschichten werden erzählt?
2. Wessen Anliegen finden Gehör?
3. Wer darf über wen sprechen?
4. Wer darf für welche Gruppe sprechen?
5. Wer spricht?

***Es ist eine Perspektive, die nicht nur migrantisierte Menschen in die Verantwortung nimmt, sondern die gesamte Gesellschaft. Die Gesellschaft sollte aus dieser Position der Migration heraus für eine gerechtere Zukunft gestaltet werden.***

Die Anerkennung als Migrationsgesellschaft bedeutet, auch die Positionen von Migration anzuerkennen. Und eine Position von Migration bedeutet, erst einmal so etwas wie Normalitätsvorstellungen in Frage zu stellen. Postmigrantische Medien weisen darauf hin, wie Gesellschaft gerechter sein könnte. Es ist eine Perspektive, die nicht nur migrantisierte Menschen in die Verantwortung nimmt, sondern die gesamte Gesellschaft. Die Gesellschaft sollte aus dieser Position der Migration heraus für eine gerechtere Zukunft gestaltet werden. Und das geschieht auch. Darunter verstehen wir nicht nur Formate, die von BPoC, Migrantisierten oder Migrant:innen moderiert und produziert werden, sondern auch Formate in hegemonialen Medien, die sich mit diesen Positionen beschäftigen. Beispiele dafür wären Joko & Klaas, wenn sie ihre Machtposition dafür nutzen, um für Grenzregime zu sensibilisieren, oder Jan Böhmermann, wenn er seine Show für postkoloniale Themen nutzt, um in der Gesellschaft Anstöße voranzubringen.

## Postmigrantische Formate im ÖRR? Erfahrungen, Hindernisse und Chancen für postmigrantische Medienschaffende im ÖRR

**Gesprächsrunde mit:**

- **Steffi Warnatzsch-Abra**, stellvertretende Redaktionsleiterin der Redaktion *Nonfiktion* bei KiKA
- **Younes Al-Amayra**, führt Regie, ist Co-Autor, Cutter und Darsteller beim Satire Format *Datteltäter* von *funk*
- **Helen Fares**, Journalistin, Psychologin, Bildungsaktivistin und macht gesellschaftspolitische Aufklärungsarbeit auf ihren Socials
- **Anna Sabel**, Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin, politische Bildnerin und Projektleiterin von *(Un)Sichtbarkeiten in der Migrationsgesellschaft* beim *Verband binationaler Familien und Partnerschaften*
- **Schiwa Schlei**, Programmchefin von COSMO Radio beim WDR und Leiterin des ARD Partnermanagement *Audio und Voice*

**Moderation: Nam Duy Nguyen**, studiert Sozialwissenschaften an der Universität Leipzig, Aktivist, u. a. bei *#unteilbar Leipzig* und aktiv im SDS Leipzig

## ? Was ist euer Zugang zum Thema? Bitte erzählt uns von euren Sendern, Formaten oder Projekten!

**Schiwa Schlei über COSMO Radio (WDR):**

> Anna Sabel hat gesagt, man müsste im Prinzip so eine Gesellschaft aufzeigen, wie sie mal sein sollte. **Ich finde, die Medien könnten erst einmal da ankommen, wo die Gesellschaft sehr selbstverständlich schon ist.** Und das versuchen wir bei COSMO.
>
> COSMO ist aus den sogenannten Gastarbeiter-Programmen entstanden. Wir haben Sprachensendungen, die schon über 60 Jahre alt sind. Damals wollte man Menschen, die noch kein Deutsch können, den Zugang ermöglichen. Jetzt senden wir in erster Linie deutschsprachiges Programm, haben aber die Expertise der Sprachensendungen und haben auch weiterhin pro Woche neun Sprachensendungen. Die Sprachenprogramme, die auch digital empfangbar sind, sind wichtig! Die

türkische Community zum Beispiel kann natürlich auch über das Internet Sendungen aus der Türkei empfangen. Mit musikzentrierten Programmen können sie ihr Unterhaltungsbedürfnis erfüllen. Aber ein öffentlich-rechtliches Angebot, das mit einer demokratischen Haltung politische Themen erörtert, das gibt es wenig auf Türkisch.

Hingegen geht es den Italiener:innen bei uns im Team nicht darum, mit der halbstündigen Sendung ein Gegenangebot zur *Rai* (öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt Italiens) anzubieten, sondern darum, aus italienischen Perspektiven deutsche Themen zu beleuchten. Und das ist, glaube ich, auch etwas, das ein deutsches Publikum als bereichernd empfindet. In einer globalen Gesellschaft, in welcher Themen nicht mehr nur auf Nationen begrenzt sind, sollten Themen auch mal aus einer anderen Perspektive beleuchtet werden. Damit relativieren wir nicht nur, sondern öffnen den Blick.

### Steffi Warnatzsch-Abra über KiKA:

Also KiKA ist ja ein Konglomerat aus ARD, ZDF und KiKA. Ich arbeite in der Redaktion in Erfurt, wo wir auch einige Programme produzieren. KiKA hat eine spezielle Zielgruppe. Die Kinder, die unser Programm schauen, kommen schon eher aus dem Bürgertum. Um da auch mehr Kinder ansprechen zu können, ist für uns wichtig, andere Themen zu setzen und auch „buntere“ Moderator:innen zu haben, als das üblich ist.

### Younes Al-Amayra über Datteltäter:

*Datteltäter* machen muslimische Satire, unter anderem. Wir haben 2015 mit dem Youtube-Kanal angefangen. Wir hatten damals generell Bock Videos zu machen und wir dachten schon über uns, dass wir sehr lustig sind, und wollten auch andere mal zum lachen bringen. Auf Youtube gab es Inhalte, die meistens von Online-Predigern gemacht worden sind oder soziologisch geprägte Beiträge. Aber so Alltagssituationen oder politische Beiträge, die sich auch klar ein muslimisches Profil gegeben haben – das kannte ich bis dahin nicht. Muslime, die ein muslimisches Programm machen. Man kann warten, bis ein Sender auf einen zukommt, oder man sieht das realistisch und macht einfach seinen eigenen Stoff. **Youtube bzw. die sozialen Medien sind dann so etwas wie die Demokratisierung des Fernsehens. Das ist eine Plattform, die eine super Gelegenheiten bringt, gerade für Minderheiten, ihre eigenen Inhalte zu produzieren.** Wir bekamen aber auch viel gutes Feedback und sind relativ schnell gewachsen. Als wir noch nicht mal ein Jahr lang existierten und gerade mal 10 Videos produziert hatten, kam auch schon *funk* mit einem Angebot um die Ecke. Darüber waren wir sehr glücklich. Wahrscheinlich gab es da ein Defizit in der Medienlandschaft und bei uns wurde Potential gesehen. Aber auch die Zuschriften, die wir bekommen, spiegeln wider, wie dankbar Leute sind, dass es so etwas wie *Datteltäter* gibt.

**Helen Fares über ihre Tätigkeit beim ÖRR:**

Ich habe relativ früh in meiner sogenannten Karriere angefangen, mit den Öffis zu arbeiten, indem ich für eine Arte-Doku gecastet wurde. Das war eigentlich von Anfang an mein Wunsch, dass irgendwann am Ende meiner Karriere eine Arte-Doku stehen sollte. Für mich war das der Einstieg in die ganze Geschichte, außerhalb des Hip-Hop-Journalismus. Nun arbeite ich mittlerweile bei ZDF. Ich bin fest bei ZDF Wiso als Reporterin und habe auch zwischendurch immer wieder mit *funk* zu tun gehabt. Ich durfte auch mal bei den *Datteltätern* netterweise zu Gast sein.

**Anna Sabel über (Un)Sichtbarkeiten in der Migrationsgesellschaft:**

Wir sind ein Projekt beim *Verband binationaler Familien und Partnerschaften*. Als „Demokratie leben!“ Projekt sind wir fünf Jahre gefördert und unser Projekt hat jetzt 2020 begonnen. Zuvor hatten wir ein Projekt, auch über fünf Jahre gefördert, mit dem Schwerpunkt „antimuslimischer Rassismus und Geschlechterbilder“. Antimuslimischer Rassismus ist deshalb ein so spannendes Thema für mich, weil ich finde, dass sich daran ganz ganz viel über Rassismus lernen lässt. Diese Form des Rassismus ist noch verhältnismäßig jung und man kann sozusagen dabei zuschauen, wie neue Diskurs-Figurationen erfunden werden und wie rassistische Zuschreibungen funktionieren. Während das Vorgängerprojekt lief, haben sich immer wieder Medienschaffende an uns gewendet. Dabei fiel uns auf, dass schon die Formulierung ihrer Fragen ganz klar Rassismen und Stereotypisierungen beinhalteten und dass sie einen verengten Blickwinkel erkennen ließen. Häufig sind die Interviews mit den Medienschaffenden zu kleinen Weiterbildungsformaten geworden. Daraus entstand die Idee für das aktuelle Projekt. Wir sind überzeugt davon, dass besonders Medienschaffende, aber eigentlich alle Mitglieder dieser Gesellschaft ein Verständnis für Rassismus brauchen, um diese Gesellschaft vernünftig verstehen zu können. Unsere Idee ist zunächst, dass wir Workshops für Medienschaffende und angehende Medienschaffende anbieten. Doch zugleich ist der Workshop-Kontext nicht immer der passende. Die Fragen, die in einzelnen Medienproduktionen auftauchen, sind häufig spezifische. Deswegen bieten wir auch an, Prozesse begleitend zu betreuen. Außerdem wollen wir eine E-Learning-Plattform aufbauen. Wir wissen zwar noch nicht genau, wie dieses Format angenommen wird, aber ich habe ganz klar den Eindruck, dass wir keine Werbung machen müssen. Der Bedarf ist klar und wird mittlerweile auch formuliert. Ich glaube, dass hier schon eine klare gesellschaftliche Änderung spürbar ist.

## ? Welche Probleme seht ihr, wenn es um postmigrantische Formate im ÖRR geht?

**Schiwa Schlei:**

Ich glaube, das Problem ist, dass Redaktionen von Medienangeboten in Deutschland nach wie vor sehr deutsch besetzt sind, und das führt aus meiner Sicht zu weniger Perspektiven. Ich erlebe es wirklich als Bereicherung, dass man unterschiedliche Perspektiven hat, und ich glaube, dass es Themen gibt, auch problematische Themen im Feld Migration/Integration, die wir alle viel gelassener journalistisch abbilden könnten, wenn die Redaktion vielfältig besetzt wäre. Dann wäre es viel selbstverständlicher und nicht so schwarz-weiß.

Es geht auch nicht nur darum, dass migrantisch gelesene Personen in den Medienhäusern vertreten und zu sehen sind, sondern ebenso darum, sie nicht immer in diese Schubladen zu stecken. Bevor ich zu COSMO gekommen bin, habe ich bewusst alles was mit Iran, Migration, Integration, d. h. alles, was damit zusammenhing, komplett ausgeblendet. Ich wollte damit überhaupt nichts zu tun haben. Ich wollte nicht das Mädchen sein, das dann immer zum Iran berichtet.

Wir haben 2020! Wenn wir sagen, dass die Gesellschaft weiter ist, dann muss das doch normal sein. Völlig selbstverständlich! Wenn ich den Fernseher einschalte, will ich das Gefühl haben, genauso ist es, wenn ich durch die Innenstadt von Berlin oder Düsseldorf laufe. Ich muss sagen, da sind die privaten Sender teilweise schon weiter vorn als die öffentlich-rechtlichen.

**Helen Fares:**

Die Diversität hinter der Kamera ist ganz oft peinlich. Das fängt ja schon dabei an, wenn ich auf normalen Formaten und Drehs bin und mich dann frage, wie es sein kann, dass keine einzige Frau hinter der Kamera steht? Keine Redakteurin, keine Kamerafrau, keine Tonfrau – und da beziehe ich auch nichtbinäre Personen mit ein – ich spreche von nicht männlichen Personen. Und wenn man dann noch sagt, man wolle jetzt aber auch noch eine Migrationsquote oder eine Postmigrationsquote hinter der Kamera haben, wie man da teilweise angeschaut wird. Denn es war ja schon so ein Struggle überhaupt eine migrantische Person vor die Kamera zu kriegen. Das erlebe ich so oft. Und ich arbeite gerade an einem ganz einfachen Google Docs, in dem ich alle weiblichen medienschaffenden Personen zusammenstelle, vor und hinter der Kamera. In einer Spalte steht, ob Migrationshintergrund oder BIPoC. Damit habe ich dann einen Pool, auf den man zurück greifen kann. Wie oft ich diesem Hindernis begegne, ist verblüffend!

**Steffi Warnatzsch-Abra:**

» Gerade in Erfurt sind wir sehr homogen im Team, sprich deutsch und *weiß*. Daher ist es für KiKA auch schwieriger, postmigrantische Programme anzugehen. Es ist natürlich wünschenswert, die Redaktion diverser aufzustellen, aber da sind wir in den öffentlich-rechtlichen Strukturen doch schon etwas festgefahren.

**Helen Fares:**

» Wenn es um das Thema Migration oder um postmigrantische Formate geht, werde ich ganz oft für Formate angefragt, in denen keine weitere migrantische Person stattfindet. Und ich habe das Gefühl, ich bin die einzige Person mit Migrationshintergrund, weil ich assimiliert genug wirke, um trotzdem stattfinden zu dürfen. Oder dass meine Person white passing genug ist für die Zuschauenden. „White Passing Priviledge" ist ein Privileg, das man als Person, die so aussieht wie ich, hat. Ich habe relativ helle Haut und helle Augen, so dass man vermuten könnte, ich käme vielleicht aus Spanien oder Frankreich. Aber die Unternehmen können trotzdem sagen: „Ja, wir haben eine Person mit Migrationshintergrund mit am Tisch sitzen".

Bei sehr migrantisch geprägten Formaten sieht es genau anders herum aus. Da heißt es: „Sie ist nicht genug migrantisch markiert". Das ist für mich aber völlig in Ordnung, wenn das bedeutet, dass an meiner Stelle eine Schwarze Person eine Rolle kriegt. Dann freue ich mich, denn das ist viel unterrepräsentierter als meine Position.

Es gib eine negative Erfahrung, die sich bei mir in den letzten zwei Jahren eingebrannt hat. Zwei Formate, die ich geschrieben habe, wurden regelrecht weggeschnappt und dann mit *weißen* Personen vor der Kamera besetzt. Eine weitere blöde Erfahrung, die ich gemacht habe, ist, dass ich über das Thema Syrien öffentlich sprechen wollte, einen Dokumentarfilm machen wollte über meinen Cousin und seinen Weg nach Deutschland. Doch mir wurde von einem großen öffentlich-rechtlichen Medienhaus gesagt: „Syrien ist schon zu Ende erzählt".

**Schiwa Schlei:**

» Was ich schade finde, ist, dass wir uns im Hörfunk extrem schwer mit Akzenten tun. Es ist in Ordnung, wenn man im SWR Schwäbisch spricht und damit Leute ausschließt wie mich, weil ich dann einfach nicht mehr folgen kann. Im Hörfunk versucht man diese sprachliche Färbung der Region, z. B. Bayrisch beim BR, abzubilden. Aber wir tun uns sehr schwer damit, wenn es eine andere Färbung ist, selbst wenn es nur Nuancen sind. Natürlich muss es verständlich sein. Aber manche sprachliche Färbungen können nicht wegtrainiert werden. Ich denke, da kann das Radio auf jeden Fall vom Fernsehen oder von Web-Video-Formaten lernen. Dort fällt es uns leichter, weil wir sagen: „Da ist ja die Bildebene" und dann kann man das besser verstehen. Aber ich glaube, da kann man viel mutiger sein. Wir machen das bei COSMO und das ist nicht störend und es hat sich auch noch keiner beschwert, dass er den Inhalt nicht verstanden hat, weil jemand Akzent hatte.

## ? Was könnt ihr über postmigrantische Formate im ÖRR oder Entwicklungen, die in diese Richtung gehen, erzählen? Was sind positive Erfahrungen, wenn es um Diversität im ÖRR geht?

**Schiwa Schlei:**

Die Idee von COSMO ist, dass wir mit einem sehr vielfältigen Team arbeiten. Dieses Wort „postmigrantisch“ haben wir gerade auch intern diskutiert und in unser Markenversprechen aufgenommen. Wir leben in einer Gesellschaft, die durch Migration geprägt ist, und diese Gesellschaft wollen wir auch abbilden. Wir möchten vor allen Dingen Perspektiven zeigen, die es in anderen Medien nicht gibt.

**Steffi Warnatzsch-Abra:**

Wir sind seit 2018 auf einem ganz guten Weg. Wir haben im KiKA einige Workshops für Mitarbeitende organisiert, z. B. mit Tupoka Ogette und Tyron Ricketts. Die haben den Mitarbeiter:innen die Themen Rassismus, Anti-Rassismus und Vielfalt näher gebracht.

Der Anstoß dazu kam von intern und von extern. Wir haben sehr viele einzelne Kritiken aus dem Publikum, von Eltern bekommen. Da kommen dann Beschwerden, warum so alte Filme noch gezeigt werden, in denen z. B. Blackfacing vorkommt. Aber auch von Mitarbeiter:innen, die Schwarze Kinder haben oder in diverseren Familien leben, kam der Anstoß. Denn beim Thema Diversität geht es um mehr als darum, wie viele Frauen auf dem Bildschirm zu sehen sind. Wir haben uns in einer kleinen Gruppe stark gemacht und eine Workshop-Reihe aufgestellt, die nun auch noch weitergeht. Wir werden im nächsten Jahr die Themen Islam und Judentum aufgreifen und Vorträge anbieten. Das ist ein kleiner Schritt, aber ich denke, so Stück für Stück kommt bei den Mitarbeiter:innen etwas an.

Die Anti-Rassismus-Workshops waren ein guter Weg, um die Kolleg:innen zu sensibilisieren, wenn es z. B. darum geht, welche Gäste wir denn einladen. Wir wollen, dass nicht nur *weiße* Expert:innen in KiKA-Programmen auftauchen.

Wir haben z. B. ein Geschichtsformat namens *Triff*. Die zeitreisende Promireporterin Clarissa trifft Größen der Weltgeschichte, wenn sie ihre Werke schaffen oder Geschichte schreiben. Da werden Menschen aus diversen Jahrhunderten vorgestellt, wie Goethe und Schiller, und in diesem Jahr auch Harriet Tubman. Diese Dokumentation ist recht gut gelaufen und sie ist auch gerade dabei, ein paar Preise zu gewinnen.

**Wir öffnen uns anderen Themen.** Wir entwickeln gerade mit einer Produktionsfirma ein neues Format, mit dem wir das Thema Anti-Rassismus humorvoll angehen wollen. Das mag ein bisschen schräg klingen, aber es soll zeigen, mit welchen Problemen sich Kinder aus unserer Zielgruppe beschäftigen. Im Mittelpunkt steht eine sehr diverse Kinderclique. Alle haben einen anderen Hintergrund. Und jede dieser Figuren hat auch eine:n Autor:in mit dem gleichen Hintergrund und formt die Figuren aus der eigenen Perspektive. Aus der Perspektive der Kinder wird u. a. Alltagsrassismus thematisiert und wie darauf reagiert werden kann. Damit wollen wir unsere Zuschauer:innen empowern. Und das wird, glaube ich, auch ein sehr interessanter Weg für uns alle in der Redaktion! Dabei werden wir eine ganze Menge lernen.

**Frage aus dem Teilnehmendenkreis:**

?

**Migrantisierte Kinder und Jugendliche, die hier in Deutschland aufwachsen, haben ja ihre eigenen Familien/sozialen Umfelde einerseits und sind aber zu einem großen Teil genauso Deutsch wie die nichtmigrantisierten Kinder. Dadurch werden sie zu einer besonders spannenden Zielgruppe. Wie gehen Sie bei KiKA damit um? Wird dieses Spannungsfeld berücksichtigt?**

**Steffi Warnatzsch-Abra:**

Das ist genau das Thema unseres neuen Formates. Deutsch ist halt nicht nur *weiß*, sondern es ist bunt. Wir versuchen, die Ideen und die ersten Bücher schon einmal mit einer Gruppe diverser Kinder zu testen. Gerade für KiKA ist es wichtig, an der Community dranzubleiben, damit wir da auch den richtigen Input bekommen.

**Younes Al-Amayra:**

2015 gab es *funk* in dem Sinne noch nicht. Ich glaube, der Name stand noch nicht einmal fest. Wir zählten zu den ersten 50 Creators und wir kannten ARD und ZDF wirklich nur als: „Sehr alte Menschen konsumieren das“. Wir hatten die Befürchtung, dass sie in unsere Inhalte reinquatschen und mitbestimmen und wir die Creative Control nicht mehr haben. Wir hatten das Angebot bekommen und haben es erst einmal 3 Monate liegen lassen, weil wir uns super unsicher waren. Aber im Austausch mit ARD und ZDF haben sie uns dann klargemacht, dass sie nur genau aus diesem Grund mit uns zusammen arbeiten wollen, damit wir die Inhalte selbst machen können. Das heißt, wir bestimmen selber die Themen und Inhalte und schreiben die Skripte. Der einzige Unterschied ist, dass es eine Abnahme gibt, was ich aber verstehen kann. Das heißt, das Branding muss stimmen, das *funk*-Logo muss drauf und es muss darauf aufgepasst werden, dass wir nicht versteckt irgendwo Werbung machen und dass da z. B. kein Blut fließt. Bestimmte Richtlinien müssen eingehalten werden. Aber inhaltlich wurde uns noch nie reingesprochen.

Dazu kommt das Professionelle und wir werden dafür bezahlt. Ganz ehrlich, ich wüsste nicht, wo *Datteltäter* wäre, hätte man uns da nicht unterstützt. Es ist teuer, so etwas zu produzieren. Deswegen sind wir immer noch total dankbar und es ist voll der Segen, wenn du das machen und die Inhalte selbst bestimmen kannst.

**Infobox: funk**

*funk* ist das Content-Netzwerk von ARD und ZDF. Die *funk*-Formate aus den Bereichen Information, Orientierung und Unterhaltung sind auf YouTube, Instagram, Facebook, Snapchat und TikTok sowie auf funk.net zu finden.

„Wir suchen nach guten Ideen, spannenden Erzählformen und Menschen mit Haltung – die nicht unbedingt unsere eigene spiegeln muss. Mit etablierten Köpfen arbeiten wir zusammen, weil wir ihnen ermöglichen wollen, Inhalte abseits von kommerziellen Einflüssen zu erstellen. Uns ist es aber auch wichtig, Newcomer*innen zu unterstützen. Wir fördern sie redaktionell und finanziell, damit sie die Möglichkeit bekommen, Ideen umzusetzen, an die sie und wir glauben."

Kritik, Lob und Fragen können an info@funk.net geschrieben werden.

Quelle: www.funk.net/funk

## ? Postmigrantische Formate leben davon, dass Menschen dazukommen, die spezielle Perspektiven mitbringen, um postmigrantische Formate überhaupt entwickeln zu können. Wie sieht es beim ÖRR mit (post-)migrantischem Nachwuchs aus?

**Schiwa Schlei:**

Was Formate authentisch und auch erfolgreich macht, ist, wenn man ihnen anmerkt, dass sie aus dem Leben heraus entstehen. Wie das Programm von den *Datteltätern*. Das entsteht **aus einer Gruppe heraus, die selber auch drüber lachen kann und die selber dieses Ding lebt**.

Deshalb ist uns sehr wichtig, dass wir Nachwuchs generieren. Ich muss gestehen, es ist nicht so, dass wir mit Bewerbungen überhäuft werden, und ich glaube, das hat Gründe. Ein Grund ist, dass die Role Models einfach fehlen. Wir haben wenige Role Models oder Erfolgsgeschichten, gerade auch junger Protagonist:innen. Natürlich gibt es mittlerweile ein Paar – es ist anders, als als ich vor 20 Jahren studiert habe. Aber es ist nicht so, dass es komplett selbstverständlich wäre. Das ist so eine Schleife – wenn ich keine Vorbilder habe, wenn ich keine Ansprechpersonen habe oder einen unmittelbaren Zugang, weil ich jemanden kenne, der jemanden kennt, dann ist die Hürde höher. Und je nachdem, wie ich sozialisiert bin, habe ich vielleicht auch nicht das Selbstbewusstsein, mich dann trotzdem zu bewerben. Es bewerben sich nicht immer die Besten, sondern es hängt sehr stark vom Selbstbewusstsein ab in der Medienbranche, wer sich für welche Stelle als geeignet, als am richtigen Platz empfindet.

Deshalb machen wir Folgendes: Ich bin sehr aktiv in sozialen Netzwerken. Dort sehen wir, wie die Lücke, die die öffentlich-rechtlichen und die privaten Medien entstehen lassen haben, gefüllt wird. Selbstbewusste Macher:innen nutzen Social Media, um coole Inhalte zu machen. Das finde ich großartig und das ist für mich eine sehr schöne Fundgrube, um Nachwuchs zu finden. Wir sprechen Leute gezielt für bestimmte Aufgaben an. Und wir wenden uns auch an die *Neuen deutschen Medienmacher:innen*.

Was ich schade finde, ist, dass damit verloren geht, Leute auch aufzubauen. Viele, die sich in Social Media etabliert haben und da bereits ein eigenes Standing haben, wollen sich nicht in so einem Betrieb ein- und unterordnen.

Wir sind auch in der Verantwortung. Auch erfolgreiche Podcaster:innen, die das in Eigenregie machen, können meist nicht davon leben. Wir Medienhäuser sind da gefragt. Wir sollten auf die Leute zugehen und vielleicht auch Rahmenbedingungen schaffen, damit guter Journalismus auch finanziert wird.

**Helen Fares:**

Ich finde vor allem das Thema Praktika da sehr wichtig. Viele Menschen kommen in den Medienbereich durch Praktika. Und ein Praktikum kann man nur machen, wenn man einen finanziellen Rückhalt hat. Oft ist es auch so – selbst wenn man übernommen wird – dass man am Anfang noch Witzgehälter bekommt. Ich denke an meine Anfangszeit zurück. Ich habe teilweise für Arbeiten, die 3 Wochen gedauert haben, 200€ bekommen – wovon man natürlich nicht leben kann. Diese schlecht bezahlten Aufträge braucht man, um sich weiterzuentwickeln. Die Zeit dafür hat aber niemand, der sich selbst finanzieren und regelmäßig Geld verdienen muss. Das ist eine ganz wichtige Stellschraube, über die wir sprechen müssen. Praktika sollten richtig bezahlt werden. Es sollte Stipendien geben.

**Anmerkung aus Teilnehmendenkreis:**

Quereinstieg von migrantisierten Menschen wäre eine gute Alternative. Auf Druck unserer Eltern studieren wir eher Wirtschaft oder Jura, eher selten Medienwissenschaften oder Journalismus.

**Schiwa Schlei:**

Da gibt es im WDR z. B. WDR grenzenlos, wo wir Dreimonats-Praktika für migrantische Medienmacher:innen anbieten. *WDR grenzenlos* ist auch für den Quereinstieg gedacht!

**Steffi Warnatzsch-Abra:**

Wir hatten das Thema jetzt auch im Zusammenhang mit Castings und kamen dann zu dem Gedanken, vielleicht müsste man so einen **Talentpool** aufbauen, gerade bei den öffentlich-rechtlichen. Daran könnte man arbeiten. Wenn man einen Pool hat und die jungen Menschen sich inhaltlich ausprobieren können, mal bei einem Youtube-Format, mal beim WDR, mal beim KiKa.

**Helen Fares:**

Was wir machen können, um den Nachwuchs zu fördern: Unternehmen, die nachhaltig etwas für migrantische Perspektiven im Medienbereich tun wollen, sollten einen Batzen Geld in die Hand nehmen und z. B. das gesamte *Datteltäter*-Team einen Monat lang auf Tour schicken. Durch alle Schulen, die in Deutschland an Orten sind, die soziale Brennpunkte sind und wo sehr viele migrantische Personen sind. Es gibt ja Vorbilder, aber im Internet verläuft sich mittlerweile alles. Mit solchen Begegnungen kann man schon bei den jungen Menschen ansetzen und sagen: „Hier gibt es Perspektiven, die für euch möglich sind“ – abseits vom Medizin- und Jurastudium.

## ? Habt ihr weitere Ideen, wie man diese Hindernisse überwinden kann?

**Schiwa Schlei:**

» Leute von unserem Community-Management, die das gleichzeitig auch in Redaktionen von Mainstream-Medien machen, bezeichnen uns immer als „heile Welt“. Ich finde es wichtig, dass man nicht nur Nischen für migrantisches oder postmigrantisches Programm schafft, sondern dass auch große, reichweitenstarke Sender und Sendungen dafür genutzt werden. Was *ProSieben* mit Joko & Klaas gemacht hat, das fand ich richtig gut. Natürlich haben sie das auch gemacht, weil es Zeitgeist ist, nicht nur weil sie eine politische Message hatten.

**Anna Sabel:**

» Es kann kein „außerhalb des Rassismus“ geben. Das macht der Begriff „Internalisierter Rassismus“ ganz deutlich. Und das gilt auch für Medien. Und deswegen ist es auch jetzt in dieser Runde nicht möglich, einfache Wege zu finden. Die Situationen, in denen sich unterschiedliche Medienproduzent:innen befinden, sind ja auch immer sehr spezifische. Und deswegen glaube ich, wir kommen nicht drumherum, von allen Medienschaffenden zu fordern, dass sie sich rassismuskritisch bilden, damit sie für die in ihren Kontexten vorkommenden Herausforderungen selbst Antworten finden können.

**Schiwa Schlei:**

» Mehr Mühe geben! Wenn wir Expert:innen suchen, sollten wir Menschen vor die Kamera bringen zu unterschiedlichsten Themen. **Wir sollten uns als Journalist:innen die Mühe machen, Menschen zu suchen, die einen anderen Hintergrund haben und vielleicht mal anders aussehen, und vielleicht können es auch jüngere Expert:innen sein.** Wir sollten uns immer fragen: „Welches Selbstverständnis, welches Bild von Gesellschaft transportiere ich eigentlich?“, auch wenn ich einen ganz normalen Beitrag mache, z. B. zu Autoversicherungen. Das finde ich wichtig. ■

# Engagiert für institutionellen Wandel?

Beauftragte für Vielfalt des ÖRR und Vertreter:innen von Migrant:innen-Organisationen im Dialog

## Vielfalt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk

**Gesprächsrunde mit:**

- **Anna Koktsidou, Beauftragte für Vielfalt und Integration beim SWR** mit dem Schwerpunkt kulturelle Vielfalt und Ansprechpartnerin für sexuelle Identität. Der Fokus beim SWR liegt derzeit auf kultureller Vielfalt, da dort Nachholbedarf gesehen wird. Alle 2 Jahre organisiert Anna Koktsidou die Tagung *SWR Medienforum Migration*, die es bereits seit 30 Jahren gibt. Wenn sie nicht mit Vielfalt und Integration beauftragt ist, ist Anna Koktsidou Redakteurin. Sie ist im Kindesalter von Griechenland nach Deutschland gekommen. Ihre Eltern waren sogenannte Arbeitsmigrant:innen. Anna Koktsidou ist in Stuttgart aufgewachsen, hat Abitur gemacht und studiert und ist als Volontärin zum ÖRR gekommen.

- **Claudia Müller, Gleichstellungsbeauftragte und AGG[1] Beauftragte beim MDR**, zusammen mit Olaf Heilemann steuert sie das neu gebildete *Netzwerk für Vielfalt* beim MDR. Claudia Müller kommt aus dem Spreewald. Sie hat in Leipzig studiert und ist Diplom-Ingeneurin. Seit 1992 arbeitet sie beim MDR, davon lange Zeit als Referentin in der Betriebsdirektion.

1 – Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz

- **Olaf Heilemann, Ansprechperson für die „Charta der Vielfalt“ beim MDR** und Referent der Programmdirektion Leipzig, zu der auch der KiKA gehört. Er hat sich mit audiovisueller Diversität beschäftigt und Vorlagen für die Geschäftsleitung geschrieben sowie den Beitritt des MDR zur *Charta der Vielfalt* vorbereitet. Zusammen mit Claudia Müller betreut und koordiniert er das *Netzwerk für Vielfalt*. Olaf Heilemann war viele Jahre als Journalist tätig, danach Personalratsvorsitzender im MDR, bevor er Referent der Programmdirektion wurde.

- **Dr. Iva Krtalic, Beauftragte für Integration und interkulturelle Vielfalt beim WDR**. Das heißt für sie, dass die öffentlich-rechtlichen Sender die Gesellschaft so darstellen sollen, wie sie ist. Das ist der Auftrag. Dr. Iva Krtalic kommt aus dem ehemaligen Jugoslawien. Sie ist im heutigen Kroatien geboren und aufgewachsen, hat dort studiert und gearbeitet. In den 1990er Jahren ist sie nach Deutschland gekommen. Danach ist sie wieder nach Kroatien gegangen und war dort journalistisch für eine Tageszeitung tätig. Vor 20 Jahren kam sie nach Köln und zum WDR. Promoviert hat sie zum Thema „Mediendiskurse der Nation und des kulturellen Unterschieds“.

- **Mika Kaiyama, stellvertretende Geschäftsführerin des Landesnetzwerks Migrantenorganisationen Sachsen-Anhalt e.V. (LAMSA) und Diversitätstrainerin** mit Schwerpunkt Organisationsentwicklung. Sie sagt von sich, sie ist ein Mensch mit „Migrationsvordergrund“ und macht das auch beruflich. Nach der deutschen Wiedervereinigung ist sie als Musik- und Theaterpädagogin nach Deutschland gekommen. In ihrer Familie gibt es 3 Nationalitäten, 6 Sprachen und unterschiedliche Religionen. Da stellt sich die Frage, wie das Zusammenleben gestaltet werden kann. Beim Experimentieren in dieser kleinen sozialen Zelle hat Mika Kaiyama ihre Leidenschaft gefunden. Bei LAMSA ist sie Referentin für Demokratie und Teilhabe und berät Migrant:innenorganisationen, wenn es darum geht, bei verschiedenen Demokratie-Verständnissen eine gemeinsame Linie zu finden.

**Moderation: Rudaba Badakhshi**, Referentin, Trainerin und Moderatorin mit den Schwerpunkten: Transkulturelle Bildungsarbeit, Anti-Rassismus, Migration, Flucht und Arbeit. Sie ist im Vorstand von ZEOK e.V. und arbeitet seit 2020 beim *Dachverband der Migrantinnenorganisationen* (*DaMigra*) als Regionalkoordinatorin der Region Mitteldeutschland.

## ? Was wurde 2020 im Bereich Diversity erreicht? Sie sind für Vielfalt engagiert. Was ist Ihr persönliches Ziel?

**Anna Koktsidou über den SWR:**

» Wir sind große Schritte voran gegangen und haben beim Personal Ziele verabschiedet. Wir wollen erreichen, dass wir im Schnitt ca. 25% Belegschaft mit Migrationshintergrund haben, insbesondere bei den Volontär:innen und den Azubis, aber auch bei den Führungskräften. Im Programm entwickeln wir neue Formate, vor allem für jüngeres Publikum. Wir gehen auch auf das Publikum zu. Beispielsweise im neuen Format *Interkultur trifft SWR* wird das Publikum ins Funkhaus eingeladen. Ein erstes Treffen fand digital statt und es war eine tolle Diskussion und ein voller Erfolg!

**Ihr persönliches Ziel:** Ich möchte, dass Vielfalt als Selbstverständlichkeit angesehen wird. Ich hatte Déjà-vu-Erlebnisse bei der Gesprächsrunde am letzten Freitag (13.11.) und hätte mir gewünscht, dass Forderungen, die wir vor 30 Jahren aufgestellt haben, nicht immer noch aktuell sind. Wir sollten weiter sein.

**Claudia Müller über den MDR:**

» Ende 2019 ist der MDR der *Charta der Vielfalt* beigetreten und anschließend wurde das *Netzwerk für Vielfalt* gegründet. Vielfalt war zwar bereits Thema im MDR, aber im Netzwerk haben wir Maßnahmen erarbeitet, um noch viel stärker zu sensibilisieren, Angebote zu machen. Und wir wollten mit den Redaktionen ins Gespräch kommen. Wir haben im Netzwerk den Diversity-Tag im Mai 2020 mit vorbereitet und durchgeführt. Das war vor allem für uns, als die, die das nebenbei machen, ein Erfolg.

**Ihr persönliches Ziel:** Diversity - es gibt nichts Schöneres! Dazu zitiere ich Dr. Michaela Dudley, eine Journalistin, Kabarettistin, Transfrau: „Integration ist nicht einfach, sondern mehrfach schön!“[2] Und ich hoffe, dass wir diesen Gewinn und die Selbstverständlichkeit erkennen und Freude bei der Umsetzung haben.

2 – Quelle: specials.tagesspiegel.de/redet-nicht-ueber-unsere-koepfe-hinweg-117057

**Dr. Iva Krtalic über den WDR:**

Was wir 2020 erreicht haben, ist schwer jetzt zu bilanzieren, da es ein spezielles Jahr ist. Sonst schaffen wir immer sehr viel beim WDR. Ich kann sagen, was wir nicht gemacht haben. Zum Beispiel konnten wir nicht unsere tolle Talentwerkstatt *WDR grenzenlos* durchführen, durch die wir junge Medienschaffende mit Zuwanderungsgeschichte für die Medienberufe gewinnen. Aber wir haben ein großes Paket an Aus- und Fortbildungsangeboten auf die Beine gestellt mit dem Titel „Berichterstattung in der pluralen Gesellschaft". Darin ging es um Fragen wie: Wie kann man das journalistische Handwerk oder die redaktionelle Praxis an unser Publikum richten? Wer ist „wir" in der Berichterstattung? Wie wähle ich Werkzeuge und Protagonist:innen und Expert:innen?

Der gerade ausgewählte Jahrgang an Programm-Volontär:innen hat dieses Mal 50% Migrationshintergrund und der letzte Jahrgang hatte 60% Migrationshintergrund. Das ist ein super Anfang aus meiner Sicht. Wir können gern darüber reden, wo es noch Nachholbedarf gibt. Wenn ich mir Streaming-Angebote anschaue, bin ich immer wieder begeistert, mit welchem Mut da Formate entwickelt worden sind.

**Ihr persönliches Ziel:** In unserem Sendegebiet Nord-Rhein-Westfalen muss man von einer postmigrantischen Gesellschaft reden. Das ist eine Gesellschaft, die von kulturellem Kontakt wesentlich geprägt ist – und das nicht erst seit den sogenannten Gastarbeiter:innen-Generationen, sondern viel früher. Das ist das Bundesland der Vielfalt – in Zahlen ausgedrückt heißt das 29% mit diesem schrecklichen Etikett „Migrationshintergrund". Wir sehen, dass das unter Kindern und Jugendlichen bis über 50% in manchen Städten geht. Das heißt für uns als ÖRR, dass wir erstens diese Gesellschaft in Programmen und in der Belegschaft angemessen spiegeln wollen. Wir wollen die Gesellschaft sehen und zeigen – in einer journalistisch fundierten Art und Weise. Das gelingt nicht immer. Und zweitens müssen wir auch als Journalist:innen oder Medien erkennen, was für eine reiche Quelle es ist. Uns gehen unglaublich viele Geschichten verloren, wenn wir das nicht wahrnehmen. Ich glaube, das ist die große Aufgabe für die Sender heutzutage. Das ist wirklich mein persönliches Ziel in diesem Job: dass in allen Programmsparten aus einem anderen Denkrahmen gearbeitet wird. Also nicht nur, dass wir uns journalistisch professionalisieren in Bezug auf die Einwanderungsgesellschaft, sondern dass wir diesen Switch machen und den Denkrahmen ändern.

Ein Beispiel aus dem öffentlich-rechtlichen Angebot, das ich gern schaue, ist RebellComedy. Das ist, was ich mit postmigrantischer Gesellschaft meine. Sie machen keine „Ethno-Comedy", sondern Comedy über ihr Leben in dieser Gesellschaft, in der Vielfalt nicht die Ausnahme oder ein Problem ist, sondern das ist die Identität dieser Generation.

**Mika Kaiyama über LAMSA:**

LAMSA gibt es als ein freies, ehrenamtliches Netzwerk seit 2008. Der Verein wurde 2014 gegründet und besteht heute aus 107 Migrant:innenorganisationen. Es sind 70 Sprachen und unzählige Nationalitäten und viele Religionen vertreten. Nach der deutschen Wiedervereinigung war der Migrantenanteil in Ostdeutschland so marginal, so klein, dass wir einzeln keine Partizipations- und Durchsetzungschance hatten. Wir mussten zusammengehen und haben uns bis heute als ein ziemlich einzigartiger Verein weiterentwickelt.

2020 haben wir während der Corona-Kontakteinschränkungen eine Anti-Rassismus-Kampagne gestartet. Wir haben uns im digitalen Raum mit Betroffenen über die Frage ausgetauscht: „Was bedeutet es, in einer offenen und vielfältigen Gesellschaft zu leben, aber gleichzeitig von Rassismus betroffen zu sein?“. Wir haben 30 Veranstaltungen mit über 200 Teilnehmenden aus migrantischen Communities durchgeführt. Wir haben Formate für den digitalen Raum umgestaltet, z. B. postkoloniale Spurensuche. Hier haben wir ganz großen Bedarf gesehen. **Wenn wir über Vielfalt reden, dann müssen wir über Rassismus reden.** Und wenn wir über Rassismus reden, dann müssen wir uns verständigen, was das bedeutet. Worüber reden wir genau? Das können wir nur gemeinsam definieren und das wird auch 2021 Aufgabenschwerpunkt bleiben.

**Ihr persönliches Ziel:** Vielfalt bedeutet für mich eine einzig mögliche Zukunftschance. Eine Zukunft, in die wir wollen – in der wir aber gleichzeitig auch schon sind. Meine Aufgabe sehe ich darin, Missverständnisse zu vermitteln und Begegnung auf Augenhöhe zu erreichen.

**Olaf Heilemann über den MDR:**

Als Erfolg sehe ich, dass wir Diversität beim MDR ein Stück weit institutionalisiert haben, mit dem *Netzwerk für Vielfalt* und dem Diversity-Tag, der auch 2021 wieder stattfinden wird. Das Thema Diversität ist gesetzt. Dabei sehe ich allerdings eine Gefahr. Wenn es so verstanden würde, dass das Netzwerk für Diversität verantwortlich wäre und sich das Thema für alle andere damit erledigt hätte.

**Sein persönliches Ziel:** Mein Ziel ist, dass wir Vielfalt als Selbstverständlichkeit sehen und dass es immer mitgedacht wird bei strategischen Themen. Es ist ein Querschnittsthema und essentiell für das Gemeinwohl.

## ? Was macht postmigrantische Medien für Sie aus? Kennen Sie welche?

**Dr. Iva Krtalic:**

» Wir haben dieses Jahr in NRW eine Mediennutzungsstudie unter jungen Menschen mit Zuwanderungsgeschichte durchgeführt. Die Ergebnisse sind für Leute, die mit dem Thema zu tun haben, naheliegend. Aber für die Redaktionen in den Medienhäusern sind die immer wieder gut zu hören. Wir haben herausgefunden, dass sich diese Gruppe sich genauso verhält wie andere Menschen in ihrer Altersgruppe. Die Altersgruppe ist ausschlaggebend und nicht die Herkunft. Sie wollen attraktive, aktuelle, digitale Angebote. Was sie unterscheidet, ist – vereinfacht und zusammenfassend formuliert – dass 62% der Befragten gesagt haben: „Wir wollen Menschen wie uns in den Programmen sehen". Sie definieren sich nicht primär über ihre Zuwanderungsgeschichte und sie merken, dass es in den Programmen nicht genügend Leute gibt wie sie – als Teil der gesellschaftlichen, der gelebten Normalität. Und das ist das, was ich als postmigrantisch verstehen würde. Einerseits haben wir eine Gesellschaft, die von interkulturellem Kontakt geprägt ist, der täglich ziemlich problemlos stattfindet. Aber das spiegelt sich nicht in den Erzählungen über diese Gesellschaft. Wir als Medien erzählen oft über Einwanderung als etwas, das wir managen müssen und das irgendwann vorbeigeht. Für mich ist das Postmigrantische, zu erkennen, wie wir uns als Gesellschaft alle verändert haben. Auch Leute, die keine Zuwanderungsgeschichte haben. Was macht das mit uns als Gesamtheit? Die Formate, die das gut umsetzen, sind für mich die jungen Formate, z. B. Podcasts.

**Mika Kaiyama:**

» Langsam kann ich diese Entwicklung wahrnehmen. Minoritäten sollten nicht mehr mit Klischeebildern dargestellt werden, sondern die ganz normale Diversität in jedem einzelnen. Was ich als Vertreterin von Migrant:innen allgemein in den Medien wahrnehme, ist eine Unhörbarkeit von Persönlichkeit – dass manche Personengruppen nicht mit ihren Namen benannt werden. Es wird der Eritreer, die Japanerin gesagt, auch im Alltag, anstatt den Namen der Person zu verwenden.

**Anna Koktsidou:**

» Da bisher die wenigsten Journalist:innen daran denken, sollte ihnen in internen Fortbildungen immer mitgegeben werden, ihre Auswahl der Gesprächspartner:innen – bei Straßenumfragen bis hin zu Expert:innenrunden und egal zu welchem Thema – vielfältig zu gestalten. Migrant:innen sollten nicht nur zum Thema Migration, d. h. zu Belangen befragt werden, von denen Journalist:innen glauben, dass sie sie berühren. Zu postmigrantisch gehört für mich aber auch, dass auch andere Geschichten erzählt werden und andere Perspektiven hineinkommen. Es sind doch viele Berührungsängste unter Journalist:innen vorhanden. Doch Journalist:innen sollten selbstverständlich alle abbilden. In Baden-Württemberg haben wir einen

Migrantenanteil von über 30% und das heißt, wir haben eine sehr vielfältige Gesellschaft. Diese wird aber in unseren Programmen nicht abgebildet.

**Frage aus Teilnehmendenkreis:**

? **Frau Koktsidou und Frau Krtalic sprachen beide von Menschen mit Migrationshintergrund. Mich würde interessieren, wie dieser Begriff hier definiert wird. Sprechen wir da von BIPoCs? Oder zählen da Zugehörigkeiten zu bestimmten Communities? Zählt dazu auch eine *weiße* Person, die z. B. aus London nach Deutschland zum Studieren gekommen ist?**

**Mika Kaiyama:**

Für „Menschen mit Migrationshintergrund" gibt es eine Definition vom *Bundesamt für Migration und Flüchtlinge*. Daran können wir uns orientieren und daran halten sich öffentliche Stellen, wie Behörden. In der Realität einer postmigrantischen Gesellschaft gibt es diversere Begriffsnutzungen, die sowohl die Diversität abbilden, als auch sympathisch sind: Migrationsbiografie, Migrationsgeschichte, BIPoC. Und diese Gruppe muss ja überhaupt nichts mit Migration zu tun haben. Da sollten wir den Blick nicht für verlieren.

**Rudaba Badakhshi:**

Der Begriff kommt aus dem Bundesamt für Statistik und Wahlen und ist für den Zweck geschaffen worden, Statistiken zu erfassen. Das ist sehr technisch. Die Frage ist, ob dieser Begriff für den Bereich der Medien passend ist oder vielleicht zu wenig reflektiert.

**Anna Koktsidou:**

Man merkt natürlich schon anhand der Art und Weise, wie versucht wird, das zu definieren, wie man sich als Gesellschaft versteht. Denn es gibt Länder, da wird das ganz anders definiert. Da wird nur gefragt, wer ist zugewandert und wer nicht – und nicht in zweiter und dritter Generation.

**Dr. Iva Krtalic:**

Das ist tatsächlich nur ein technischer Begriff, ein Etikett, das es uns erlaubt, mit diesem Thema umzugehen, wenn wir irgendwelche Studien in die Wege leiten. Dieser Begriff ist aber umstritten, sogar im Statistischen Bundesamt. Wir benutzen diesen Begriff nach der statistischen Definition plus BIPoC, die sich selbst als solche bezeichnen. Natürlich umfasst dieser Begriff nach statistischer Definition auch den *weißen* Studierenden, der aus London eingewandert ist. Aber wir wissen, wovon wir hier reden. Die deutsche öffentliche Debatte hat kein Problem mit diesem Studierenden. Und diese Begrifflichkeit grenzt nicht nur aus, sondern ist

auch homogenisierend. Wie Mika es schon sagte. Die Menschen, die sich unter diesem Etikett befinden, sind unterschiedlich. Sie sind ja nicht ein Schublade und sie sind auch nicht nach der Herkunftsgruppe definiert. Die Unterschiede verlaufen vielmehr nach Generation, Bildungsgrad, Wege der Migration. Manchmal fühlt man sich verbunden mit Menschen aus anderen Ländern, die auf dem selben Weg eingewandert sind oder die in ähnlichen Umständen leben oder arbeiten. Deswegen ist es auch gefährlich, wenn man das nicht differenziert.

Ich führe eine freiwillige Umfrage unter allen, die neu zum WDR kommen und einen Vertrag unterzeichnen, durch. Die Befragten können sich dazu äußern, ob sie einen Migrationshintergrund nach Definition des Statistischen Bundesamtes haben oder nicht. Daraus ergibt sich meine Statistik zu den Neuzugängen.

**zum Begriff „Migrationshintergrund"**

Die unabhängige Fachkommission der Bundesregierung zu den Rahmenbedingungen der Integrationsfähigkeit hat am 20.01.2021 Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel ihren Abschlussbericht übergeben.

Integrationsstaatsministerin Annette Widmann-Mauz: „Der Bericht der Fachkommission macht deutlich: 15 Jahre nach seiner Einführung ist der Begriff „Migrationshintergrund" nicht mehr zeitgemäß, er bildet die Vielfalt unserer Gesellschaft nicht mehr ab."

**Frage aus dem Teilnehmendenkreis:**

? **Viele Migrant:innen und ihre Organisationen sind nicht gut sichtbar, gerade im Osten Deutschlands. Gleichzeitig ist auch die Mehrheitsgesellschaft weniger offen. Das macht es schwieriger, Ansprechpartner:innen für migrantische Themen für die Medien zu finden. Welche Strategien könnten helfen?**

**Olaf Heilemann:**

Im MDR haben wir ethnische Herkunft usw. als ein Diversitätskriterium erkannt, aber stellen diesbezüglich ein Defizit fest. Wir haben eine andere Ausgangslage. Unser Sendegebiet umfasst Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Die Kolleg:innen beim SWR und beim WDR haben eine andere Bevölkerungstruktur. Aber auch hier gibt es Veränderung und eine vielfältigere Bevölkerung. Gelebte Normalität als Zeichen postmigrantischer Medien ist ein Ideal, das ich sehr gut teilen kann. Aber ich glaube, da haben wir bei uns noch allerhand zu tun. Die Belegschaft des MDR ist gefühlt – denn wir haben keinerlei Statistik – sehr homogen in ihrer Herkunft und ihren Erfahrungswerten. Wir diskutieren gerade im *Netzwerk für Vielfalt*, wie wir feststellen können, wie divers der MDR eigentlich momentan aufgestellt ist. Aber wir können das noch nicht greifen, weil wir die Kriterien und das Verfahren noch nicht haben.

**Claudia Müller:**

Ich möchte etwas zu den Strategien sagen. Wir haben Gremien, z. B. den Rundfunkrat. Die 43 Mitglieder des Rundfunkrates werden von vielen verschiedenen gesellschaftlichen Organisationen entsendet. Die Beteiligung ist also sehr vielfältig. Dabei vermisse ich aber, dass wir mit den migrantischen Organisationen und Verbänden zusammenarbeiten. Ich kann nicht sagen, woran das liegt. Aber es wäre wichtig, dass diese Verbände und Interessenvereinigungen dort mitarbeiten, weil dort Programmthemen verhandelt werden. Der Rundfunkrat kontrolliert und bewertet den MDR mit seinen Programmangeboten. Da wird geschaut, was wird wie abgebildet. Ein Beispiel: Wir sind ja auch verpflichtet, barrierefreies Programm zu machen, und das wird sehr ernst genommen. Da sind wir auch sehr gut. Dafür veranstalten wir regelmäßige Treffen. Behindertenverbände kommen zu uns und treffen Redaktionen, die Intendantin und Mitglieder des Rundfunkrates. Auf den Treffen wird das Programm diskutiert: Was brauchen Sie? Was finden Sie? Was ist nicht gut? So etwas könnte gemeinsam veranstaltet werden. Das heißt, die Migrant:innenorganisationen sollten offensiver auf den Rundfunk zugehen.

**Olaf Heilemann:**

Ich möchte ergänzen, dass wir genau dazu auch einladen wollen. Wir haben den Austausch – auch auf Geschäftsebene – im MDR mit vielen anderen Verbänden, aber in diesem Bereich fehlt uns das noch. Wir würden uns freuen, wenn wir das initiieren können, vielleicht zum Diversity-Tag im Mai 2021.

**Rudaba Badakhshi:**

Die kleine Umfrage unter den Teilnehmenden (Abb. 2, Seite 68) zeigt eine sehr klare Tendenz dazu, sich auszutauschen, Wissen zu teilen. Das sehe ich als ein Plädoyer für mehr Zusammenarbeit und mehr Netzwerkarbeit. Es gibt sehr viele, sehr gute Netzwerkstrukturen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen – von Migrant:innenorganisationen, Organisationen, die antirassistisch arbeiten, und Bündnissen gegen Rassismus. Dabei ist zu beachten, dass in Migrant:innenorganisationen überwiegend ehrenamtlich gearbeitet wird. Beim ÖRR hingegen handelt es sich meist um hauptamtliche Stellen.

?

**Frau Koktsidou, haben Sie Erfahrungswerte im Austausch und in der Zusammenarbeit mit Migrant:innenorganisationen und Verbänden?**

**Anna Koktsidou:**

Man ist schon in den Dialog getreten, zumindest beim SWR, weil wir hier schon seit langem migrantische Verbände haben. Die Zuwanderung im Südwesten hat spätestens 1955 angefangen, aufgrund der sogenannten Gastarbeiter:innen-Zuwanderung. Wir hatten früher auch entsprechende Programme und da wurden

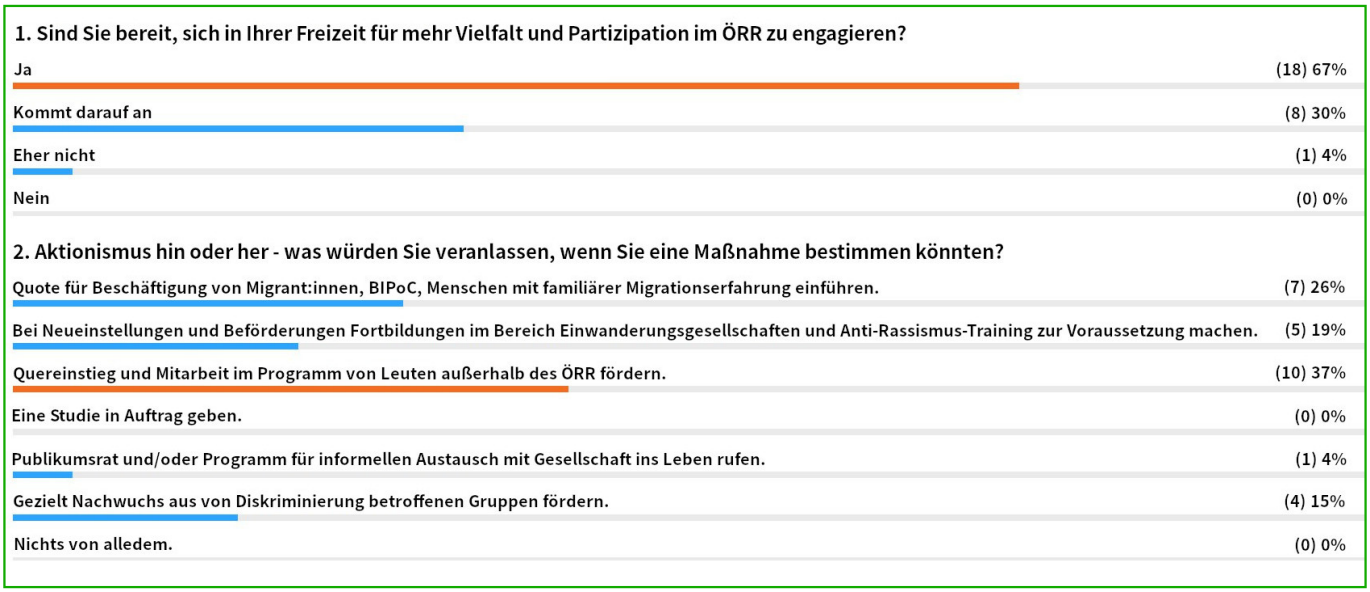


Abb. 2: Online-Umfrage unter den Konferenz-Teilnehmenden, mit einer Auswahlmöglichkeit, am 20.11.2020

diese Netzwerke geknüpft. Wir sind dem Beispiel des WDR gefolgt und hatten diese Gruppe sehr früh schon im Rundfunkrat vertreten. Aktuell sind es inzwischen drei Personen. Eine sitzt im Verwaltungsrat und zwei Personen sitzen im Rundfunkrat. Und es ist auch gut, dass es mehrere sind. Das hilft, um gemeinsam Inhalte einzubringen. Dafür kann ich nur werben. Dafür braucht man aber die entsprechenden Verträge. Und zu Treffen für Austausch laden wir breit ein, sowohl Verbände als auch Einzelpersonen. Aber einfach ist das nicht.

**Mika Kaiyama:**

Wir haben schon durch unterschiedliche Kanäle diesen Austausch organisiert. Selbst mit dem MDR haben wir 2016 mit Programmleitenden und Intendanten einen inhaltlichen Austausch zu Migration und Vielfalt begonnen. Wir haben daraufhin auch Anfragen bekommen. Wir wurden gefragt, ob wir repräsentative Personen vorschlagen können. Da gibt es schon eine sehr vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den einzelnen Redaktionen. Der strukturelle Austausch ist, glaube ich, dabei vergessen worden. Den sollten wir anregen, so dass man mit Personen von unterschiedlichen Ebenen zusammenkommt, aber bitte auf Augenhöhe. Zur inhaltlichen Vermittlung möchte ich einen Punkt hier einbringen, den ich problematisch finde. Mit den Migrationsbewegungen 2015 und 2016 und dem damit einhergehenden Anstieg von rassistischen Vorfällen gab es sehr sehr viele Anfragen an uns, um aus Sicht der Betroffenen zu berichten. Das kann ganz positiv funktionieren. Zum Beispiel beim Bericht über den ersten Prozesstag zum Anschlag in Halle hat der MDR eine sehr opfersensible Sprache gefunden. Es wurde nicht nur spektakulär auf den Täter fokussiert, sondern über die Situation und die Auswirkungen für die gesamte Gesellschaft berichtet. Das fand ich sehr gut. Es gibt aber auch Anfragen von Medien, die auf eine Personengruppe fokussiert sind. Als Beispiel: „Frau Kaiyama, haben Sie im Netzwerk eine Person mit Fluchterfahrung, am besten aus Afrika, die gerade eine Ausbildung macht und bei der Woh-

nungssuche Rassismus erlebt hat?“ Bei so einer Anfrage ist anzunehmen, dass sie auf eine zementierte, bestimmte Darstellung der Migrationsfiguren abzielt – was wir grundsätzlich ablehnen. Da müssen wir schon miteinander kommunizieren, bevor es zur Zusammenarbeit mit der Redaktion kommt, und eine gemeinsame Sprache finden.

## Infobox: Gremien der ÖRR am Beispiel MDR

Der Verwaltungsrat überwacht die Geschäftsführung der Intendantin mit Ausnahme der Programmentscheidungen. Die 7 Mitglieder werden vom Rundfunkrat für eine Amtszeit von 6 Jahren gewählt. Im MDR läuft die aktuelle Amtszeit bis April 2022. Der Vorsitz wechselt zweijährlich nach Ländern in der Reihenfolge Thüringen – Sachsen-Anhalt – Sachsen und wird vom Verwaltungsrat gewählt.

Der Rundfunkrat besteht aus 43 Vertreter:innen gesellschaftlich relevanter Gruppen der 3 Staatsvertragsländer. Sie werden für jeweils 6 Jahre von einer Organisation entsendet. Die aktuelle Amtsperiode des MDR-Rundfunkrates läuft seit dem 8. Dezember 2015. Bis vier Monate vor Ablauf der Amtszeit können sich gesellschaftlich bedeutsame Organisationen um einen Sitz im Rundfunkrat bewerben.[1]

Er überwacht die inhaltliche Gestaltung des Programms und, dass der ÖRR seine Aufgaben gemäß dem Gesetz erfüllt. Seine Mitglieder sind verpflichtet, sich für die Interessen des Rundfunks und seines Publikums einzusetzen.

Er hat wichtige Kontroll- und Beschlussfunktionen, berät und beschließt über alle Fragen von grundsätzlicher Bedeutung für den ÖRR. Auf diese Weise soll sicher gestellt werden, dass unabhängiger und vielfältiger Rundfunk gemacht wird und dass die gesetzlich festgelegten programmlichen und unternehmerischen Aufgaben erfüllt werden.

Die maßgeblichen Aufgaben des Rundfunkrates:

- Wahl der/des Intendantin/Intendanten
- Beratung der Intendantin in grundsätzlichen Fragen der Programmgestaltung
- Überwachung der Einhaltung der Programmgrundsätze
- Genehmigung des Wirtschaftsplanes und des Jahresabschlusses
- Wahl und Abberufung des Verwaltungsrates
- Anrufungsinstanz in Beschwerdesachen
- Durchführung des Prüfverfahrens für neue oder veränderte Telemedienangebote

Die Aufgaben des MDR Rundfunkrates und seiner Ausschüsse sind in § 20 MDR-Staatsvertrag geregelt.

Bei den öffentlichen Sitzungen des MDR Rundfunkrates sind auch Gäste willkommen!

Das gesamte Organigramm des MDR

1 – § 19 Absatz 3 des MDR Staatsvertrages: „Weitere gesellschaftlich bedeutsame Organisationen und Gruppen nach Absatz 1 Nummer 16 können sich bis spätestens vier Monate vor Ablauf der Amtszeit des Rundfunkrates bei der gesetzgebenden Körperschaft des Landes, in dessen Gebiet sie wirken, um einen Sitz im Rundfunkrat bewerben. Die gesetzgebende Körperschaft des jeweiligen Landes bestimmt entsprechend den Grundsätzen der Verhältniswahl nach dem Höchstzahlverfahren d'Hondt' für jeweils eine Amtsperiode des Rundfunkrats, welcher der Organisationen oder Gruppen, die sich beworben haben, ein Sitz zusteht. Bei dem Verfahren nach Satz 2 sind Listenverbindungen ausgeschlossen.“

## An die mit Vielfalt Beauftragten des ÖRR: Wie weit reichen Ihre Befugnisse? Wie passt das inklusiv, intersektional, postmigrantisch Denken mit Ihren Befugnissen in den Sendern zusammen? Was können Sie bewirken und wo sind auch Grenzen Ihrer Möglichkeiten?

**Dr. Iva Krtalic:**

Das ist immer die Frage. Was passiert, wenn Häuser solche Stellen einrichten? Und Welche Befugnisse haben diese Leute dann tatsächlich? Ich bin in der Intendanz platziert. Das heißt aber nicht, dass ich Anweisungen für die Arbeit geben kann – was ich auch nicht wollen würde. Ich kann und soll reflektieren, an welchen Stellen durch bestimmte Weichenstellungen Veränderungen herbeigeführt werden können. Mit der Aus- und Fortbildungsredaktion bin ich ständig im Gespräch darüber, was wir tun können, damit vielfältige Menschen zu uns kommen. Viele öffentlich-rechtliche Sender beklagen einen Mangel an Bewerbungen. Das haben wir nicht. Wie haben seit Jahren die Voraussetzungen für ein Volontariat verändert und überhaupt für eine Bewerbung. Aus vielen Gesprächen und Recherchen wissen wir, dass viele Leute mit einer Zuwanderungsgeschichte zwar qualifiziert sind, sich aber nicht trauen, weil sie denken, in den ÖRR kommt man nicht rein. Wir überlegen, was wir machen können, damit sich alle Menschen informiert fühlen und wissen, dass wir tatsächlich wollen, dass sie sich bewerben. In den letzten Jahren sehe ich in diesem Bewerber:innen-Pool, dass sich sehr viel ändert.

Wir fragen uns: Wie soll der Auswahlprozess aussehen? Welche Stufen müssen da sein? Wer sollte in der Jury sein? Das sind Sachen, die man justieren kann. Und auch wenn diese Hebel klein scheinen, kann man so sehr viel in den Strukturen verändern. Ich arbeite mit der Personalabteilung, mit der Aus- und Fortbildung, mit der Medienforschung und den Redaktionen zusammen. Aber es gibt auch Stellen, wo man mit der Idee nicht hinkommt. Für mich ist die Frage, wie wir die Strukturen für diesen Denkrahmen öffnen. Damit ist gemeint: Sind die Redaktionen für diese Themen überhaupt offen? Lassen sie andere Perspektiven gelten? Wenn ein junger Mensch kommt und sagt: „In meinem Leben ist das ein wichtiges Thema.“, dann muss die Redaktion sagen: „Ok, dann ist das berichtenswert“. Die Veränderung muss von oben und unten gewollt sein. Bei der Entwicklung neuer Formate und der Weiterentwicklung bestehender Formate ist bei uns „Diversität“ einer von zwei Punkten, die erfüllt sein müssen. Es ist immer eine strukturelle und auch eine Überzeugungsarbeit.

**Claudia Müller:**

Beim MDR gibt es jetzt eine Reihe, die durch unser Entwicklungslabor *MDR next* gestartet wurde. Junge Redakteur:innen hatten dazu aufgerufen, besondere Ideen vorzuschlagen. Die wurden auch entsprechend budgetiert. Da gab es sehr viele Einreichungen. Das Thema Diversität hat zwar so noch nicht stattgefunden, aber ich denke, da liegt sehr viel Potential. Mit dem *Netzwerk für Vielfalt* haben wir Instrumente bekannt gemacht, z. B. eine Checkliste für Diversity. Da wird z. B. auch die Bildsprache thematisiert. Und wir leisten stetig Überzeugungsarbeit und sensibilisieren.

Wir haben im MDR noch keine Stelle, wie es im SWR oder WDR der Fall ist und die dann auch mit Budget und Befugnissen ausgestattet ist. Ich denke, diese Strukturen sind wichtig, wenn man ernsthaft und nachhaltig dieses Thema im MDR bespielen möchte. Deswegen haben wir als Netzwerk und ich mich im Gleichstellungsbericht für so eine Stelle ausgesprochen. Das Netzwerk ist toll – proaktiv. Aber es kann nicht die Aufgabe einer Strategie übernehmen.

**Anna Koktsidou:**

Iva und ich sind ja die einzigen in der ARD, die eine solche Stelle haben. Was mich betrifft, sind die Befugnisse nicht besonders gegeben. Ich habe ja keine gesetzliche Grundlage wie bei uns beispielsweise die Gleichstellungsbeauftragten. Das heißt, ich versuche auf vielen unterschiedlichen Wegen zu sensibilisieren. Und es kommt momentan auch deswegen sehr viel bei uns in Bewegung, weil klar ist, dass wir einen Intendanten haben, der das einfordert und nicht locker lässt. Das ist im wesentlichen die Grundlage für die Arbeit. Es wird gefördert und gefordert.

## ? Welche Rolle spielt die Reflexion von Begriffen, von Zuschreibungen und Bezeichnungen in Ihrer Arbeit?

**Anna Koktsidou:**

„Es ist sehr wichtig, sich über Begriffe immer wieder Gedanken zu machen, zu reflektieren und darüber nachzudenken, ob sie zeitgemäß sind und die gesellschaftliche Realität widerspiegeln, wie sie sich entwickelt hat. Wir haben natürlich in unserem Job auch sehr häufig mit der Aussage zu tun „Ich mache keine Unterscheidung. Für mich sind alle gleich." Das ist wunderbar und das ist auch zu begrüßen und das ist ganz herrlich. Aber wenn ich am Ende des Tages schaue, wer ist da, wer ist rein gekommen, wer ist voran gekommen und es ist eine sehr homogene Gruppe – sowohl was Bildung als auch was jegliche Form von Herkunft betrifft – dann brauche ich eine Unterscheidung. Sie ist nicht immer glücklich. Sie ist nicht immer gut. Aber wir brauchen einen Begriff. Ich war selbst überrascht als ich vor ein paar Monaten in einem internen Newsletter das Wort „postmigrantisch" las. Ich hatte es selbst nicht verwendet, weil ich den Eindruck hatte, ich käme damit nicht weiter. Ich war positiv überrascht.

**Mika Kaiyama:**

„Ich bin da so hin und her gerissen, was Begrifflichkeiten und deren Verständnis betrifft. Natürlich muss man im ÖRR auch eine breitenanschlussfähige Sprache finden, die verstanden wird. Worüber reden wir, wenn wir „Kultur" sagen? Ist es Herkunft oder eine Sitte? Sind die Religionen oder Sprache mit „Kultur" gemeint? In dem Moment, in dem wir senden, haben wir mit der Nennung eines Begriffs eine gewisse Deutungshoheit gewählt. Da können wir nich übersensibel genug sein. Was bedeutet es tatsächlich, Diversität in einer postmigrantischen Gesellschaft zu fördern? Wir müssen uns hier und jetzt damit auseinandersetzen. Die Sprache, die benutzt wird, hat wahnsinnig große Macht und da müssen wir uns darüber bewusst werden, woher wir die Hoheit für die gesellschaftliche Deutung nehmen.

?

**Frage aus dem Teilnehmendenkreis:**

**Warum haben manche Redaktionen bis heute Angst davor, mit Nicht-Muttersprachler:innen zu kommunizieren?**

**Dr. Iva Krtalic:**

Das ist tatsächlich ein großes Problem in meinen Augen. Die deutschen Medienhäuser wollen divers sein, aber diese sprachliche Diversität wird oft nicht zugelassen. Ich denke, wir müssen eine inklusive Sprache finden. Und wir müssen auch eine sprachliche Vielfalt, eine Vielfalt an Akzenten zulassen, weil die sichtbare Diversität muss auch hörbar sein. Das finde ich sehr sehr wichtig!

**Infobox: MDR Netzwerk für Vielfalt**

- Das Netzwerk für Vielfalt gibt es seit dem 15.10.2019.
- Aktuell hat das Netzwerk 31 Mitglieder.
- Die Netzwerk-Treffen finden 4 mal jährlich statt. Arbeitsgruppen treffen sich nach Bedarf auch öfter.
- Zu den Arbeitsfeldern zählen Vernetzungsarbeit intern und extern, Weiterbildung der Mitglieder und Beschäftigten, Sensibilisierung für Vielfalt im MDR und Organisation von Veranstaltungen.
- Die Ziele des Netzwerks sind die Etablierung eines Diversity-Managements im MDR, die Organisation interner Erhebungen und die Organisation des jährlich stattfindenden Diversity-Tages.

# Wandel gemeinsam gestalten

Initiativen und Perspektiven für mehr Partizipation
im öffentlich-rechtlichen Rundfunk

## „Viel Wille, kein Weg" - Eine Studie zur Diversität im Journalismus[1]

**Vortrag von Prof. Dr. Christine Horz**

Wie ist es um die Vielfalt im Journalismus in Deutschland bestellt? Dieser Frage ging Prof. Dr. Christine Horz gemeinsam mit den *Neuen Deutschen Medienmacher:innen* (NdM) nach. Die Anfang 2020 veröffentlichte Studie zur Diversität im Journalismus stellt sie in Ihrem Vortrag vor.

### 1. Untersuchung von Diversität im Journalismus – warum?

Medien haben eine große bis sehr große Macht. Davon sind 95% der Bevölkerung der BRD überzeugt. Dies zeigt eine Meinungsumfrage von Allensbach, die 2015 durchgeführt wurde.

In einer Demokratie erfüllen Medien wichtige Funktionen, u. a. die freie Meinungs- und Willensbildung zu ermöglichen. Dabei sind sie zugleich Medium und Faktor der Meinungsbildung, woraus sich eine besondere Verantwortung für Journalist:innen ergibt. Medien berichten zwar über Ereignisse, gestalten diese dadurch aber auch mit.

1 – Link zur Studie: www.neuemedienmacher.de/diversity-im-journalismus-bericht

**Die Befunde der Medien- und Kommunikationsforschung der letzten Jahre zeigen folgendes:**

Die Berichterstattung über Migrant:innen ist überwiegend negativ, kulturalistisch, ethno- und eurozentristisch. Es herrscht Themenarmut, d. h. eine sehr eindimensionale Berichterstattung. Die Medienbilder sind fremdmachend und auch fremdgemacht.[2] Als Zielgruppe(n) werden Immigrant:innen kaum berücksichtigt, obwohl sie zu 70% Stammnutzer:innen des deutschen Fernsehens sind.[3] In Gremien, wie z. B. den Rundfunk- und Fernsehräten, sind Migrant:innen kaum beteiligt. Der Sektor Community-Medien ist in Deutschland unterentwickelt. In der personellen Struktur von Medienanstalten gibt es nur 1% bis 5% (geschätzt) Journalist:innen mit einem sogenannten Migrationshintergrund.[4] Und das obwohl jede:r vierte in der Bevölkerung in Deutschland einen sogenannten Migrationshintergrund hat.

Da eine aktuelle Studie mit validen Zahlen fehlte, haben die NdM zusammen mit Prof. Horz selbst eine Studie durchgeführt. Denn Zahlen und Fakten belegen, wie groß der Bedarf ist, und sie haben mehr Schlagkraft als Schätzungen.

## 2. Quantivative Befragung und qualitative Interviews

Prof. Christine Horz und die NdM wollten wissen, wie man die Vielfalt steigern könnte. In einer quantitativen Untersuchung wurden per E-Mail 122 Redaktionen und 126 Chefredakteur:innen befragt, um herauszufinden:

1. Wie viele Chefredakteur:innen der reichweitenstärksten deutschen Medien haben einen Migrationshintergrund?
2. Ist der Anteil der angestellten Journalist:innen mit Migrationshintergrund in der Redaktion bekannt, wird er erfasst?
3. Welche Ansichten gibt es zum Ziel divers besetzter Redaktionen?

Um die Ergebnisse aus der E-Mail-Umfrage zu vertiefen sowie Denkmuster und Handlungsweisen zu ergründen, wurden in einer qualitativen Untersuchung 5 persönliche, qualitative Interviews mit Führungskräften geführt. Interviewt wurden Peter Frey (ZDF-Chefredakteur), Sven Gösmann (dpa-Chefredakteur), Iva Krtalic (Integrationsbeauftragte des WDR), Ulf Poschardt (Chefredakteur *Die Welt*) und Claus Liesegang (Chefredakteur *Märkische Oderzeitung*).

2 – Quelle: u. a. Hafez 2002; Hafez & Richter 2007

3 – Quelle: u. a. Weiß & Trebbe, 2001; ARD/ZDF Medienkommission, Migranten und Medien 2011

4 – Quelle: Pöttker, Horst, Kiesewetter, Christina, Lofink, Juliane, 2016: Migranten als Journalisten?, Springer VS; Pöttker 2013

Der qualitativen Untersuchung lag die Frage zugrunde, warum sich so wenig in den letzten 30 Jahren verändert hat. Mit den Interviews sollte herausgefunden werden:

1. Wie vielfältig sind journalistisch arbeitende Redaktionen in Deutschland – mit Blick auf Journalist:innen mit Migrationshintergrund – besetzt?
2. Welche Anstrengungen werden in institutionalisierten Medien unternommen, um die Strukturdefizite auszugleichen, etwas in Form von Diversity-Strategien?

## 3. Ergebnisse und Schlussfolgerungen

**Die Befunde der E-Mail-Umfrage waren:**

1. Nur 6,4% der Chefredakteur:innen haben einen Migrationshintergrund. Diejenigen mit Migrationshintergrund kamen aus dem europäischen Ausland.
2. Medienhäuser wissen nicht, wie homogen ihre Redaktionen besetzt sind. Sie wollen es auch nicht wissen. Sie begründen das u. a. damit, dass alles ganz gut funktionieren würde oder dass solche Erhebungen gegen den Datenschutz verstoßen würden.
3. Diversität im Journalismus wird überwiegend positiv bewertet – viel positiver als in Vorgängerstudien. Aber daraus folgen keine Taten.

**Die Befunde der Qualitativen Interviews:**

Die Medienverantwortlichen begreifen Diversität als Normalität. Ihre Sensibilität für Diskriminierung und für die Vielfalt der Kommunikationsbedürfnisse ist im Vergleich zu Vorgängerstudien gewachsen. Dies sind zwei sehr positive Befunde. Allerdings wird einer Ermittlung des Anteils von Journalist:innen mit Migrationshintergrund in den Medienhäusern weiterhin eher skeptisch gegenübergestanden.

Von den Chefredakteur:innen werden mittlerweile auch Menschen aus Einwandererfamilien und die postmigrantische Gesellschaft als Zielgruppe begriffen, wobei sich deren Medienverhalten i.d.R. nicht von anderen Mediennutzer:innen ihrer Altersgruppe unterscheidet. Die Vielfalt in Redaktionen wird mit der Pluralisierung der journalistischen Berichterstattung in Verbindung gebracht und die Perspektiven von Journalist:innen mit Migrationshintergrund werden stärker berücksichtigt. Da es sich um das Personal in Medienhäusern handelt, wirkt sich

die Vielfalt des Personals auf die Vielfalt in der medialen Öffentlichkeit und die Meinungsbildung aus. Sie wirkt in die Gesellschaft hinein. Gleichzeitig sind sich die Befragten einer „deutschen Brille“ bewusst – einer einseitigen, „deutschen“ Sicht auf die Welt. Diese wird zwar abgelehnt, aber sie existiert weiterhin. Es werden auch keine spezifischen Möglichkeiten gesucht, um Menschen mit Migrationshintergrund anzusprechen und für die eigenen Medienanstalt zu gewinnen. Als eine sehr typische Aussage für die Einstellung in Medienhäusern zitiert Prof. Horz von Ulf Porschardt von *Die Welt*:

**„Jede Diversität macht uns in der Wahrnehmung breiter und ist eine Bereicherung (…). Aber ich würde nicht danach casten.“**

Trotz des gesteigerten Bewusstseins für die Bedeutung von Vielfalt für eine demokratische Öffentlichkeit, folgen zu wenige Taten. Im internationalen Vergleich hinken deutsche Medien hinterher. Der WDR ist in Deutschland ein Vorreiter. Im WDR sind Diversity-Maßnahmen vorhanden. Diversity-Konzepte im Sinne einer nachhaltigen, umfassenden und transparenten Strategie fehlen jedoch. Rekrutierungsmaßnahmen mit Blick auf Diversity finden nur vereinzelt statt, im WDR und bei ZDF. Interkulturelle Kompetenz gilt im WDR und bei Korrespondent:innen der dpa als Einstellungsmerkmal.

## 4. Best Practices und Empfehlungen

Am Ende des Vortrages stehen konkrete Handlungsempfehlungen:

1. Es sollten durchdachte Diversity-Strategien entwickelt und etabliert werden, mit einer transparenten Zielsetzung für Belegschaft und Gesellschaft. Alle Ebenen und Bereiche sollten mit einbezogen werden, von der Personalstruktur bis zur Programmgestaltung. Für die Erreichung der Ziele sollte ein klarer Zeitrahmen festgelegt werden.
2. Für mehr Diversity auf inhaltlicher Ebene sollten sich die Medienanstalten und Redaktionen *aktiv* auf die Suche nach neuen Geschichten und Perspektiven machen – und dies nicht nur für Nischenprogramme, sondern für die Fläche. In den Medien sollte die Vielfalt der Gesellschaft spürbar sein.
3. Die Diversity-Ziele sollten am besten von externen Institutionen evaluiert und die Evaluation transparent gemacht werden.

Um zu erfahren, wie vielfältig die Besetzung in den Medienhäusern ist und wie die Entwicklung aussieht, braucht es Zahlen. Als gute Praxis zur Ermittlung des Anteils von Journalist:innen mit Migrationshintergrund führt Prof. Horz freiwillige,

anonyme Umfragen bei SWR und WDR an. Die BBC wird ebenfalls als Positivbeispiel genannt. Sie hat Strategien, um (post-)migrantische Communities zu repräsentieren, abzubilden und als Zielgruppe zu erreichen. Das geschieht durch Quoten für Personal- und Führungskräfte. Sehr wichtig ist auch ein diskriminierungssensibles Betriebsklima. Das hat die #MeToo-Debatte gezeigt. Die BBC führt anonyme Umfragen aller Beschäftigen durch. In den USA sind die Befragungen der Medienhäuser FCC und ASNE beispielhaft.

In der anschließenden Q&A-Runde wird danach gefragt, ob zwischen Migrant:innen und Menschen mit Migrationshintergrund, die in Deutschland geboren und aufgewachsen sind, unterschieden wurde. Die Projektleiterin der Studie Konstantina Vassiliou-Enz erklärt, dass sie mit der Größe „Migrationshintergrund“ nicht glücklich waren. Sie haben diesen Begriff genutzt, weil er der einzige Begriff ist, der fest definiert ist. Der Begriff fasst aber nicht, was für die NdM eine divers besetzte Redaktion bedeuten würde. Es geht ihnen ja nicht um *weiße* Menschen mit Migrationshintergrund aus Luxemburg und Dänemark, sondern um BIPoC und Menschen mit Migrationserfahrung. Aber Konstantina Vassiliou-Enz ist überzeugt, dass man das nicht abfragen und in Deutschland noch nicht erheben kann.

Eine weitere Frage war, wie die Redaktionen auf die Ergebnisse reagiert haben. Konstantina Vassiliou-Enz erzählt, dass viele Medienschaffende Interesse zeigten und es ein großes Presseecho gab. Die *Neuen deutschen Medienmacher:innen* erhalten seitdem sehr viele Beratungsanfragen.

# Confident Multilinguals – a multimedia impulse for self-confident multilingualism and belonging

**Vortrag von Corina Volcinschi**, im Original auf Englisch

In ihrem Vortrag stellt Corina Volcinschi ihr Online-Projekt *Confident Multilinguals* vor, das sie im Juni 2020 gestartet hat. Darin geht es um den Zusammenhang von Mehrsprachigkeit und Zugehörigkeit. Vor ihrer Präsentation beantworten die Teilnehmenden die Frage, ob sie sich selbst als mehrsprachig verstehen:

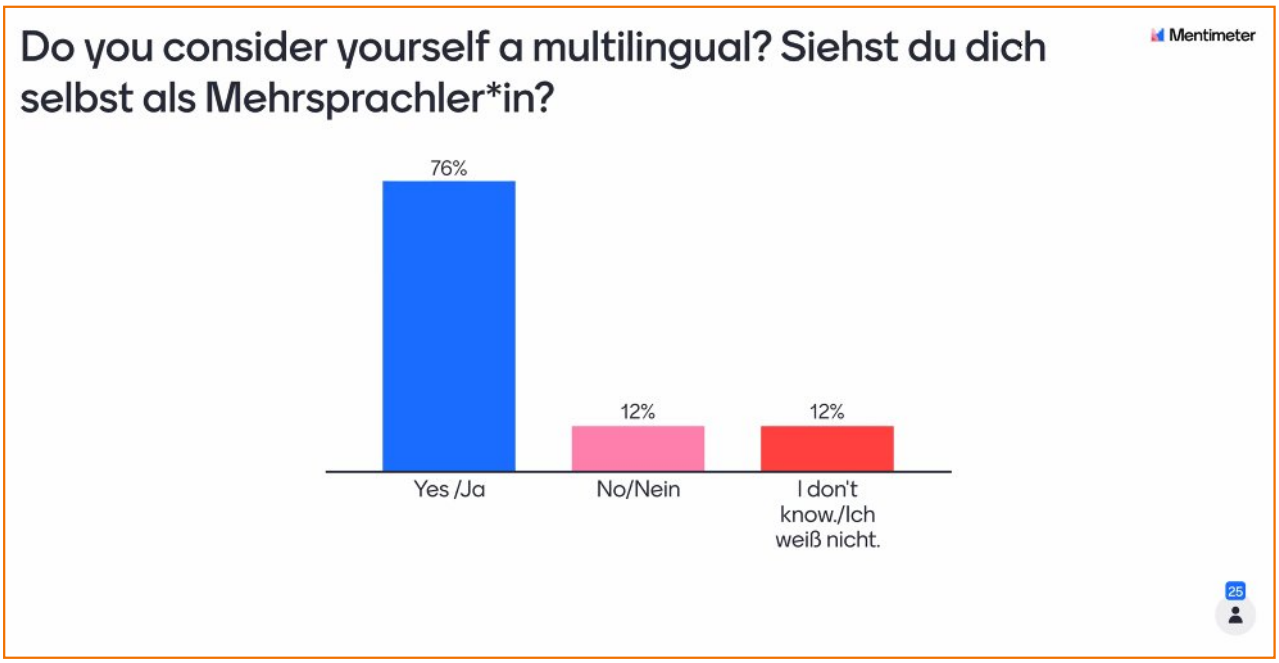


Abb. 3: Online-Umfrage unter den Konferenz-Teilnehmenden, am 21.11.2020

Anschließend erklärt Corina Volcinschi, dass sie mit Mehrsprachler:innen Personen meint, die in ihrem Alltag mehr als eine Sprache aktiv benutzen. *Confindent Multilinguals* (selbstbewusste Mehrsprachler:innen) ist ein Projekt, das die Komplexität eines mehrsprachigen Lebens in Text und Audio betrachtet – die linguistischen, sozialen, psychologischen und vor allem emotionalen Aspekte. Momentan findet es nur online statt, aber wenn sich die Umstände ändern, möchte Corina Volcinschi auch Präsenzveranstaltungen organisieren.

### Idee und Ziel des Projektes *Confident Multilinguals*

Die Gründerin selbst spricht 6 verschiedene Sprachen und lebte bereits in unterschiedlichen Ländern Europas. Mit ihrem Projekt möchte sie auf die Bedürfnisse multilingualer Menschen in einer postmigrantischen Gesellschaft aufmerksam machen. Sie spricht in ihrem Vortrag auch über den schwierigen Zugang für multilinguale Menschen zu Moderations- oder Sprecher:innenberufen.

Das Projekt entstand aufgrund eines Zusammenspiels unterschiedlicher Beobachtungen und Erfahrungen. Sie verweist auf die enge Verbindung von Integration und der Fähigkeit, die lokale Sprache sprechen zu können. Denn nicht nur Muttersprachler:innen reagieren häufig mit Vorurteilen auf das Sprechen mit Akzent, auch Betroffene selbst zweifeln oft an ihren eigenen sprachlichen Fähigkeiten. Diese Zweifel gehen häufig mit generellen Fragen der Zugehörigkeit und der Identität von Menschen mit Migrationshintergrund einher und können durch das Sprechen einer fremden Sprache verstärkt werden.

### Erfahrungen mit dem Projekt

Corina Volcinschi möchte mit ihrem Projekt multilingualen Menschen Zuversicht und Selbstbewusstsein spenden und Diskussionen über Multilingualität Raum geben. Tatsächlich bestätigen die ersten Rückmeldungen von Nutzer:innen des Webangebotes das Projektkonzept.

Nutzer:innen fühlen sich im Sprachenlernen bestärkt. Sie erfahren mehr über die Verbindung zwischen dem Prozess des Sprachenlernens und ihrer sozialen und emotionalen Situation. Sie gehen weniger kritisch mit linguistischen Fehlern um. Die Konfrontation mit neuen Situationen und neuen kulturellen Aspekten fällt ihnen leichter und dies begünstigt Integration. Sie können andere, z. B. ihre Kinder oder Schüler:innen, dabei unterstützen, mit den Berg- und Talfahrten eines mehrsprachigen Lebens zurechtzukommen.

### Weiterentwicklung des Projektes

Nun sind Erweiterungen des Projektes um neue Formate geplant. Die Nutzer:innen wünschen sich Videos, z. B. in Form von Instagram-Stories, und TED-ähnliche Videos, Podcasts, z. B. Interviews, und eine tägliche oder wöchentliche Portion Motivation sowie Informationsgraphiken.

Corina Volcinschi möchte einen sicheren Hafen für eine multilinguale Gemeinschaft schaffen und auf die Besonderheiten multilingualer Menschen aufmerksam machen. Im Austausch mit den Konferenzteilnehmenden wird die Schönheit von Mehrsprachigkeit betont, da sie die Menschen dazu befähigt, sich eines großen Repertoires an Worten und Ausdrucksweisen zu bedienen, um bestimmte Sachverhalte oder Gefühle treffender auszudrücken.

### Die Rolle der Medienhäuser

Die Moderatorin Dr. Mirjam Wakili fragt: „Warum ist es so schwer für Leute, die mit Akzent sprechen, Zugang zu Medienanstalten zu bekommen? Wovor fürchten sich Medienanstalten, wenn ihnen Menschen begegnen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist?“

Corina Volcinschi bestätigt dies und erklärt, dass sie sich fragt, ob es die persönliche Angst der Entscheider:innen in Medienhäusern ist. Oder ist es die Angst davor, wie die Öffentlichkeit auf Akzente reagieren würde? Sie empfiehlt, die Einstellung der Nutzer:innen zu erfragen, in Studien oder Umfragen. Die Medien sollten ein Spiegel der Gesellschaft sein – d. h. auch Akzente und Nicht-Muttersprachler:innen sollten Teil der Medien sein. Sie macht deutlich, dass es Druck auf die Medien braucht, um diese Angst zu überwinden. Es kann auch sein, dass die Publikums- bzw. die Nutzer:innenzahlen daraufhin etwas sinken. Aber es geht dabei auch darum, die Gesellschaft zu bilden. Die postmigrantische Gesellschaft ist Gegenwart und Zukunft. Es gibt keinen Weg zurück.

# Diversität als Normalität

**Vortrag von Tyron Ricketts**

Der letzte Vortrag führt von der Diversität im Journalismus zur Diversität in den Unterhaltungsmedien. Als einer der erfolgreichsten Schwarzen Schauspieler im deutschsprachigen Raum setzt sich Tyron Ricketts für ein neues Narrativ in den Unterhaltungsmedien ein. Ein Narrativ, das den demographischen Wandel unserer Gesellschaft aufgreift, um Geschichten zu erzählen, die uns alle betreffen. In seinem Impulsvortrag „Diversität als Normalität" beschreibt er seine Mission, die eurozentrische Sichtweise großer Medienhäuser ins Wanken zu bringen, um neue Erzählungen in der fiktiven Medienwelt zu fördern.

## Die *weiße* Sichtweise

In fiktiven Formaten sieht es mit der Diversität im Personal und im Programm ähnlich aus wie im Journalismus. Tyron Ricketts hat vor einigen Jahren die Produktionsfirma *Panthertainment* gegründet und betont, dass viel Lobbyarbeit notwendig war, um seine Geschichten unterzubringen. Dabei verdeutlicht er den Redaktionen, meist *weißes* Bildungsbürgertum, ihre Sicht auf die Welt: Alle haben in der Schule gelernt, wann Kolumbus Amerika entdeckt hat. Aber wie kann ein Kontinent „entdeckt" werden, wenn dort bereits Menschen leben?

Zur Rechtfertigung der Ausrottung der Urbevölkerung, des Sklavenhandels, des Kolonialismus und von Menschenzoos musste ein Weltbild erschaffen werden, das allen nicht *weißen* Menschen weniger Wert zuspricht. Aus dieser Perspektive auf die Welt sind *Weiße* das Subjekt und alle anderen Objekte. Diese Sichtweise hat sich bis heute gehalten und prägt auch Film und Fernsehen. Auch andere marginalisierte Gruppen, z. B. Frauen, Menschen mit Behinderung und LGBTIQ, sind davon betroffen.

## Veränderung durch Digitalisierung

Häufig sind es fremd gemachte und fremd machende Medienbilder, die uns durch eine Kommunikation der Medienwelt in Pyramidenform erreichen. Das heißt, oben sitzen einige Mächtige, vornehmlich *weiße* Medienmacher:innen, die bestimmen, welche Geschichte erzählt und verbreitet wird. Doch durch die Digitalisierung kommen alte Machtstrukturen ins Wanken. Das Internet bietet allen die

Möglichkeit, Geschichte(n) zu erzählen. Aus der Pyramide ist ein Netzwerk geworden. Das Narrativ verändert sich. Im Internet können Geschichten anders erzählt werden. Beispielsweise ermöglicht Video-on-Demand dadurch, dass die Zuschauer:innen einschalten können, wann sie wollen, das Erzählen viel komplexerer Geschichten mit mehrdimensionalen Charakteren. Das hat zur Folge, dass Zuschauer:innen ebenso wie Inhalte und Werbegelder ins Netz abwandern.

Durch Social Media wird politischer Wandel möglich. Das zeigen Bewegungen, wie #MeToo, #blacklivesmatter und #FridaysForFuture. Obama wurde der erste Schwarze Präsident der USA. Der Film „Black Panther" wurde einer der erfolgreichsten Filme weltweit. Damit wurde die bis dahin gültige Annahme widerlegt, Filme mit Schwarzen Protagonist:innen würden sich nicht gut verkaufen. Zwei Mal wird #OscarsSoWhite zum internationalen Hashtag und nun wurden neue Diversity-and-Inclusion-Richtlinien für den *Academy Award* aufgestellt.

Streaming-Plattformen sind die großen Gewinner dieses Wandels und sprechen ein weltweites Publikum an. Ricketts appelliert an die Anbieter, sich einer Publikumsstruktur zu stellen, die die tatsächlichen Verhältnisse der Weltbevölkerung widerspiegelt. Zu dieser gehören nur 30% *weiße* Menschen und 70% People of Color. Das bedeutet, nicht nur um gerecht und demokratisch zu sein, sondern auch um wirtschaftlich zu bleiben, ist es notwendig, ein diverses (Online-)Publikum anzusprechen.

Tyron Ricketts berät u. a. KiKA und die UFA in Sachen Diversity und das Schaffen eines neuen Narratives. Dabei stellt er einen Wandel und eine neue Offenheit fest. Dieses Umdenken ist vielleicht auch durch *Black Lives Matter* und sogar durch Corona beschleunigt worden. Aber auch im fiktiven Medienbereich fehlt es noch an Taten. Einen Grund sieht er darin, dass das Personal sehr homogen, d. h. i.d.R. *weiß* ist und es an Impulsen mangelt.

### Das alte und das neue Publikum

Ferda Ataman von *Neue deutsche Medienmacher:innen (NdM)* vergleicht Tyron Ricketts Argumentation mit der der *NdM*. Tyron Ricketts gibt humanitäre, politische und wirtschaftliche Gründe für mehr Diversität an. Die *NdM* haben anfänglich viel mit Menschenrechten und Fairness, auch mit Demokratie argumentiert. Inzwischen argumentieren sie nur noch mit dem Publikum und, im journalistischen Feld, mit Handwerk – mit einer ordentlichen Berichterstattung, die mit einer einseitigen Perspektive nicht gegeben ist. Was wäre das Handwerkargument im Bereich Film und Fernsehen?

Für das deutsche Fernsehen ist das Problem dadurch entstanden, wie Qualität gemessen wurde. Die alte Quotenmessung war, dass in 5.500 Haushalten, in denen die Muttersprache des Hauptverdieners Deutsch ist, beobachtet wurde, was am Hauptfernsehgerät geschaut wurde. Diese Quotenmessung wird zwar umgestellt, aber sie hat das deutsche Fernsehen und auch Kinofilme, an denen Fernsehsender oft beteiligt waren, lange in der Vergangenheit festgehalten. Es wurde 50 oder 60 Jahre lang nur in eine Richtung gedacht.

Das Problem der deutschen Fernsehsender ist, dass sie ihr altes Publikum halten wollen. Dieses will keine Veränderung im Programm. Aber sie wollen auch den Anschluss an die Entwicklung nicht verlieren. Versuche, dranzubleiben, sind *funk* und neu gedachte Mediatheken, in denen auch Programme für jüngeres Publikum angeboten werden, z. B. die ZDF-Serie „Bad Banks“. Die Serie gab es zuerst in der Mediathek und sie war danach auch im Fernsehen erfolgreich.

### Fazit

Für mehr Diversität in der Medienlandschaft empfiehlt Tyron Ricketts die weitere Sensibilisierung der Medienanstalten und eine Anpassung des Personals vor und hinter der Kamera an den demografischen Wandel in Deutschland – schon, um den sozialen Frieden zu wahren. Bei den öffentlich-rechtlichen Medien kann das auch durch Krücken, wie Quoten, oder durch Förderungsgesetze eingefordert werden, da diese einen Bildungsauftrag haben. Dabei sollte die ganze Wertschöpfungskette berücksichtigt und auch mit Personen aus marginalisierten Gruppen besetzt werden, d. h. nicht nur vor der Kamera, sondern auch unter Autor:innen, Redakteur:innen, Regisseur:innen und Produzent:innen. Andererseits sieht Tyron Ricketts es als dringend notwendig an, dass es Eigeninitiativen gibt. Denn in den klassischen Strukturen kommen Menschen aus marginalisierten Gruppen schwerer nach oben. Das muss von zwei Seiten angegangen werden. Rassismus ist nicht nur das Problem der Betroffenen, sondern auch der Mehrheitsgesellschaft.

# Breakout Sessions: Partizipation im ÖRR

**Kleingruppen-Gespräche mit Ferda Ataman, Dr. Kefa Hamidi, Nhi Le, Tyron Ricketts, Konstantina Vassiliou-Enz und Corina Volcinschi**

Im Anschluss an die Vorträge wurden die Teilnehmer:innen zu einem partizipativen Austausch in Kleingruppen eingeladen. An jeder der Kleingruppen nahm ein:e Expert:in teil, um Wissen und Erfahrungen zu einer bestimmten Fragestellung einzubringen. Es wurde intensiv diskutiert und die gesammelten Ergebnisse wurden anschließend präsentiert.

Nachfolgend soll ein kompakter Überblick über die Thematiken und Gespräche der Gruppen gegeben werden.

**Gruppengespräch mit:**

**Konstantina Vassiliou-Enz**
Geschäftsführerin der *Neuen deutschen Medienmacher:innen*

**Gesprächsthema:**

Wozu braucht es eigentlich Diversität in der Medienlandschaft? Frau Vassiliou-Enz lädt ein zum Gespräch über die Vision einer diversen Belegschaft in Medienhäusern und möchte darüber sprechen, warum Interkulturalität nicht eine Frage der Partizipation, sondern eine Frage des Handwerkes ist.

**Gesprächsergebnisse:**

- Journalismus braucht Perspektive: Eine objektive Berichterstattung ist nur möglich, wenn unterschiedliche Perspektiven einbezogen werden.
- Um den Wunsch nach Vielfalt umzusetzen, braucht es Vorbilder: Menschen, die sichtbar anders sind.
- Da sich fast niemand selbst interkulturelle Kompetenzen aneignet, liegt es nahe eine interkulturelle Belegschaft zu fördern und die (Lebens-)Erfahrungen dieser Menschen für einen qualitativ hochwertigen Journalismus zu nutzen.

- Es ist eine deutsche Spezialität, dass kaum Akzente oder Dialekte in den Medien gehört werden – das muss sich ändern!
- Praktika müssen bezahlt werden, damit auch Menschen einen Fuß in die Medienlandschaft setzen können, die es sich sonst nicht leisten können. Wir müssen Barrieren für Menschen mit Migrationshintergrund abbauen.
- Praktikant:innen sollten sich tatsächlich einbringen können.
- Nachwuchsförderung: Es braucht Mentoringprogramme für Journalist:innen mit Migrationshintergrund, da es sehr schwierig ist, sich ohne Kontakte oder finanzieller Sicherheit zu etablieren. Man sollte Unterstützung anbieten vom Bewerbungsprozess bis zum Durchsetzen in der Redaktion (und zwar nicht als „Quoten-PoC“).
- Empowering: Es braucht Redaktionsmitarbeiter:innen, die den Aufbau eines Netzwerks fördern und Diversitätsmaßnahmen umsetzen.

**Gruppengespräch mit:**

**Dr. Kefa Hamidi**
Kommunikations- und Medienwissenschaftler und Leiter des *Forschungszentrums für Entwicklungskommunikation – Communication for Social Change* (EC4SC)

**Gesprächsthema:**

Wissenschaft im allgemeinen, aber vor allem die Kommunikationswissenschaft, spielt eine wichtige Rolle für dieses Thema. Marginalisierung muss sichtbar gemacht werden. Das geht vor allem durch Erfassung von Daten. Wie können Kooperationen zwischen Wissenschaft und Zivilgesellschaft der Marginalisierung gesellschaftlicher Gruppen entgegenwirken? Dr. Kefa Hamidi sucht den Austausch über Möglichkeiten und Hürden.

**Gesprächsergebnisse:**

- Quantifizieren für Sichtbarkeit: Marginalisierung wird durch die Erfassung von Daten sichtbar.
- Weitergabe der Daten: Die erhobenen Daten sollten in Organisationen als Grundlage für eine inkludierende Interessenvertretung dienen.
- Wir brauchen Quoten: Bei festgefahrenen Strukturen, wie wir sie aktuell in der deutschen Medienlandschaft vorfinden, sind Quoten essenziell, um einen Wandel herbeizuführen.

- Auch die Wissenschaft muss divers sein und sich öffnen. Sie kann nicht nur eine Marginalisierung feststellen, ohne dabei eigene Strukturen außer Acht zu lassen. Eine diverse Wissenschaft nimmt eine andere Perspektive ein und öffnet sich anderen Themen.
- Haltung vs. Produktivität: Kann Wissenschaft eine Haltung haben? Eine Meinung zu haben, gilt im wissenschaftlichen Kontext als verpönt. Die Antwort: Ja, Wissenschaft kann eine Haltung haben und diese sollte transparent gemacht werden.
- Zugang zu marginalisierten Zielgruppen schaffen: Der Ansatz der partizipativen Forschung aus den USA fokussiert von Anfang an einen Austausch und eine Zusammenarbeit mit Betroffenen.

**Gruppengespräch mit:**

**Nhi Le**
freie Journalistin, Speakerin und Moderatorin

**Gesprächsthema:**

Es geht nicht nur darum, mitmachen zu dürfen, sondern um einen Perspektivwechsel. Denn die Vielfalt an Lebensrealitäten in Deutschland wird in den Medien kaum abgebildet.

Nih Le möchte möchte mit den Teilnehmenden darüber sprechen, welche Inhalte sie sich wünschen, besonders aus einer jungen migrantischen Perspektive, und welche Beispiele es schon gibt. Sie fragt danach, welche Diversitätsmaßnahmen zu oberflächlich bleiben und wie man selbst partizipieren kann.

**Gesprächsergebnisse:**

- Es braucht mehr Diversität im Journalismus für einen Perspektivwechsel – aber nicht in Form von Tokenism. Das führt zur Instrumentalisierung von betroffenen Personen für die Berichterstattung über Rassismus.
- Es herrscht oft mangelnde Sensibilität im Umgang von Journalist:innen mit dem Thema Rassismus. Wir beobachten einen schwierigen Spagat zwischen „Nachrichten für die Quote“ und dem ethischen und moralischen Anspruch an die Berichterstattung.
- Medienschaffende sollten nicht auf ihren Migrationshintergrund reduziert werden. Häufig verschwinden die eigentlichen Themenschwerpunkte dieser Journalist:innen hinter dem Thema Rassismus. Aber nicht alle Betroffenen sind Rassimusexpert:innen!
- Die Medienwelt zeigt mangelnde Bereitschaft, Fehler zuzugeben.

**Gruppengespräch mit:**

**Ferda Ataman**
Journalistin, Publizistin, Diversitätsexpertin und Vorsitzende der *Neuen deutschen Medienmacher:innen*

**Gesprächsthema:**

Seit Jahren fordern *Neue deutsche Medienmacher:innen* und *Neue deutsche Organisationen* mehr Sichtbarkeit und Repräsentation gesellschaftlicher Diversität, nicht nur in den Medien, sondern im gesamten öffentlichen Raum, auch z. B. in der Polizei. Doch was wollen wir eigentlich konkret erreichen? Die Artikulation der Forderung ist noch lange kein Garant für einen grundlegenden Wandel.

Ferda Ataman sucht das Gespräch über Tokenism und fragt danach, wie viel Diversität es eigentlich braucht, um Arbeitsweisen und Darstellungen nachhaltig zu verändern.

**Gesprächsergebnisse:**

- Deutsche heißen nicht nur Stefan und Brigitte. Sie heißen auch Khue, Kwesi oder Salome. Das muss in den Medien und der Berichterstattung sichtbar werden.
- Einzelne Diversitätspersonen können bestehende Strukturen nicht verändern (Tokenism). Es braucht eine kritische Masse von 30% einer Gruppe, damit sie sich nicht anpassen muss, sondern Veränderungen schaffen kann.
- Sichtbarkeit und mehr Menschen aus Einwandererfamilien, LGBTQI*, Menschen mit Behinderung etc. sind per se wichtig, auch wenn sie nicht (alle) diskriminierungskritisch sensibilisiert sind – denn sie bieten Identifikationspotenzial für Angehörige von Minderheiten.
- Es ist Zeit für Quoten! Es ist 2020 und es gibt immer noch eine massive Unterrepräsentation von Minderheiten (BPoCs) gemäß ihrem Anteil in der Bevölkerung. Ob die Quoten irgendwann überflüssig werden, wird man dann sehen. Aber vom Thema Frauen wissen wir: Ohne Quoten würden sie in vielen Bereichen schnell wieder zurückgedrängt.

**Gruppengespräch mit:**

**Corina Volcinschi**
Gründerin des Projektes *Confident Multilinguals*

**Gesprächsthema:**

Corina Volcinschi möchte im Gruppengespräch tiefer in die Problematik des Sprechens mit Akzent in der Medienarbeit einsteigen. Sie fragt die Teilnehmer:innen nach Ideen, wie die Angst vor Akzenten überwunden werden kann. Das Gespräch wurde in englischer Sprache geführt.

**Gesprächsergebnisse:**

- Die Medien sollten die Realität abbilden und daher braucht es Medienschaffende, die mit Akzent sprechen.
- Der Dialog ist entscheidend, um mögliche Bedenken und Vorbehalte von Menschen in Entscheidungspositionen verstehen zu können.
- Können finanzielle Anreize helfen?
- Es gibt starke Einschränkungen für Nicht-Muttersprachler:innen, wenn sie sich für Jobs in der Medienbranche bewerben. Auch in der Tschechischen Republik gibt es nur geringe Chancen für Nicht-Muttersprachler:innen, einen Job im Journalismus zu finden.
- Der Akzent einer Person ist nicht immer beeinflussbar und lässt nicht automatisch auf ein mangelndes Verständnis der Sprache schließen.
- Ein Best-Practice-Beispiel aus Tschechien ist das Medienunternehmen *expats*: Berichterstattung über Migration setzt einen besonderen Fokus auf übersetzte Inhalte, um die Integration in der tschechischen Gesellschaft voranzutreiben.
- Sprache in den Medien: Es sollte auch Beiträge in einfacher Sprache geben, besonders bei Fachartikeln, um mehr Menschen anzusprechen. Das ist besonders hilfreich für Nicht-Muttersprachler:innen und macht komplexe Inhalte zugänglicher für die Allgemeinheit.

**Gruppengespräch mit:**

**Tyron Ricketts**
Gründer und Geschäftsführer von *Panthertainment*, Schauspieler und Diversity-Berater

**Gesprächsthema:**

Tyron Ricketts eröffnet im Gruppengespräch den Austausch darüber, welche gesetzlichen und politischen Stellschrauben es gibt, damit Diversität in den Medien nicht nur ein Gefühl bleibt, sondern tatsächlich ein Wandel stattfindet.

**Gesprächsergebnisse:**

- Wie können wir die Filmförderungsgesetze so anpassen, dass für Produzent:innen ein Anreiz entsteht, mehr Diversität in den Film zu bringen? In England gibt es die Diversity-Standards des BFI (British Film Insitute). Um Fördergelder erhalten zu können, muss eine gewisse Diversität in den unterschiedlichen Bereichen der Filmproduktion gegeben sein. In Deutschland braucht es mehr Unterstützung seitens der Politik für die Umsetzung solcher Standards.
- Der Nukleus des Wandels ist die Geschichte selbst: Wenn ein Sender eine diverse Geschichte erzählen will – und zwar gut erzählen will – dann müssen in der gesamten Wertschöpfungskette Diversitätserfahrungen vorhanden sein. Nur wer eine bestimmte Kultur oder Perspektive kennt und lebt, kann die Geschichte authentisch erzählen.
- Good-Practice-Beispiel: Die UFA hat die Selbstverpflichtung kommuniziert, bis 2024 vor und hinter Kamera marginalisierte Gruppen so zu repräsentieren, wie sie auch in der Gesellschaft auftauchen.
- Wir brauchen Quoten! Aber die Quote ist eine Krücke und kann nicht als Ziel angesehen werden. Es muss klar kommuniziert werden, warum Quoten wichtig sind, damit diese zum Erfolg führen.
- Diversität heißt, man muss Zeit und Geld investieren!
- Öffentlich-rechtliche Sender haben das große Dilemma, dass sie für immer neue Zuschauer:innen anschlussfähig bleiben müssen (deshalb sind die Inhalte meist einfach gestrickt). Streaming-Plattformen hingegen können qualitativ höhere Formate produzieren, da die Zuschauer:innen über die Einschaltzeit selber entscheiden. Mediatheken und *funk* sind erste alternative Angebote des ÖRR.
- Wenn sich die öffentlich-rechtlichen Sender nicht anpassen, werden sie mit ihrem Publikum aussterben.

# Ausblick und Dank

Nach der Präsentation der Ergebnisse bringt Moderatorin Dr. Merjam Wakili den letzten Veranstaltungstag der *mikopa* Konferenz 2020 zu einem Abschluss. Sie betont noch einmal das Ziel der Veranstaltung: die Vielschichtigkeit von Diversität im öffentlichen-rechtlichen Rundfunk zu beleuchten, Schwachstellen zu identifizieren und Lösungsansätze zu entwickeln.

## Nach dem letzten Konferenztag geht es noch weiter!

Um einen Dialog auf Augenhöhe fortzuführen und eine nachhaltige Wirkung zu erreichen, geht das *mikopa* Programm noch weiter. Für eine antirassistische Bildung und zur Unterstützung von Menschen, die von Rassismus betroffen sind, veranstaltete *mikopa* einen **Critical-Whiteness-Workshop** und einen **Empowerment-Workshop für BPoC**.

Der Austausch zwischen Migrant:innen, Postmigrant:innen, BPoC und dem Mitteldeutschen Rundfunk setzten wir in einer **Zukunftswerkstatt** fort und hoffen, diesen auch zu verstetigen. Die Konferenz betrachten wir als Beginn eines Dialogs für partizipativen Wandel.

Die Vielfalt der postmigrantischen Gesellschaft abzubilden, kann nur durch Partizipation gelingen und ist ein anhaltender Prozess, da sich unsere Gesellschaft stetig verändert.

mikopa

ist ein Kooperationsprojekt von

ZEOK e.V.
Zentrum für Europäische und Orientalische Kultur

UNIVERSITÄT LEIPZIG
Forschungszentrum Entwicklungskommunikation – Communication for Social Change

und wurde mitfinanziert durch Steuermittel auf der Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

INTEGRATION SACHSEN

STAATSMINISTERIUM FÜR SOZIALES UND VERBRAUCHERSCHUTZ

Freistaat SACHSEN

Die Staatsministerin für Gleichstellung und Integration