

Handreichung zur Konferenz

5. MIKOPA-KONFERENZ • ONLINE •

Öffentlich-rechtliche Medien im postmigrantischen Deutschland?

Ein Dialog für
partizipativen Wandel

12.-13. & 20.-21.11.2020

mikopa.de

facebook.com/mikopa.Leipzig

twitter.com/mikopaLeipzig

mikopa



Medienschaffende, Aktivist*innen, (Post)Migrant*innen, Wissenschaftler*innen und Gesellschaftsgestalter*innen im Austausch über Formate, Strukturen und gute Praxis. Für eine mediale Öffentlichkeit, in der Partizipation und Repräsentation der gesamten Gesellschaft möglich sind.

Handreichung zur Konferenz

5. mikopa Konferenz:

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

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.

Impressum

© mikopa 02/2021

Herausgeber:

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

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

Text: Isabel Herling, Miriam Moch

Bilder:

Coverbildgestaltung: Plakat von Katharina Zimmerhackl
Titelschriftzug: Susan Herling

Layout: Susan Herling

Inhalt

- 4** Öffentlich-rechtliche Medien im postmigrantischen Deutschland?
Ein Dialog für partizipativen Wandel
- 6** Wer über Vielfalt redet, sollte über Rassismen reden!
Die wichtigsten Aussagen der Konferenz zusammengetragen
- 17** Für einen ÖRR im postmigrantischen Deutschland braucht es...
- 18** Begriffe
- 21** Kontakte für Weiterbildung, Beratung, Unterstützung
und Vermittlung

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.

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 unterschiedliche Perspektiven miteinbezogen 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, sondern 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 gelasseneren 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 Berührungängste 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 *Weißer* 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 BIPOC 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 Programmenthemen 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 Maßnahmen-Plänen 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 einzubringen 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 zurück gedrängt 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, eine fachliche Professionalisierung sein, sondern, dass in allen Programmsparten und Unternehmensbereichen aus einem anderen Denkraum 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 sehr 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 entwickeln – 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 Veränderung („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-)migrantischen 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, rassistuskritische 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 erinnern 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, BPoC) beschäftigten.

Um zu wissen, wie divers das Personal ist, können freiwillige Umfragen durchgeführt werden. Dr. Iva Krtalic führt 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 dies nicht passieren. 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 Personen möglich sein, die den entsprechenden finanziellen Background 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 zugänglich.
- 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 Institute*). 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.

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 locker lässt.

1 – Schiwa Schlei auf der Konferenz, 13.11.2020

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 bereit gestellt 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
- Maßnahmen-Pläne 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 Identitätsbildungsprozessen 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 Veränderung („Othering“) erzählen und sich stattdessen für eine gleichberechtigte Repräsentation einsetzen sowie macht- und herrschaftskritisch eingestellt sind. Häufig sind es Migrant:innen, Menschen mit familiärer Migra-

tionsgeschichte, 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.

(sogeannter) 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 verweist 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 jahrhundertlangen 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. ■

Kontakte für Weiterbildung, Beratung, Unterstützung und Vermittlung

DaMigra

DaMigra ist parteipolitisch, weltanschaulich sowie konfessionell unabhängig und agiert seit 2014 als bundesweiter herkunftsunabhängiger und frauen*spezifischer Dachverband von Migrantinnen*organisationen. DaMigra setzt sich für ihre Interessen in Politik, Öffentlichkeit, Medien und Wirtschaft ein. Das Leitmotiv und zentrale Ziel ist Empowerment. Gleichmaßen geht es um die Bekämpfung von Rassismus, Sexismus und sozialer Ungleichheit. Mit dem im Jahr 2019 gestarteten Projekt „MUT-MACHERINNEN*“ möchte DaMigra e.V. geflüchteten Frauen* das Ankommen in Deutschland erleichtern und ihnen mehr aktive Teilhabemöglichkeiten schaffen.

Kontakt:

info@damigra.de | www.damigra.de

Projekt MUT-MACHERINNEN*

Standort Sachsen

Jahnallee 69
04177 Leipzig

Telefon: 0341 581 526 82

leipzig@damigra.de

Standort Thüringen

Leipziger Straße 2
99085 Erfurt

Telefon: 0361 341 994 43

erfurt@damigra.de

Standort Sachsen-Anhalt

Blumenstraße 16
06108 Halle

Telefon: 0345 963 984 00

halle@damigra.de

Forschungszentrum EC4SC

Das Forschungszentrum Entwicklungskommunikation – Communication for Social Change (EC4SC) ist eine Einrichtung am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. Die Einrichtung untersucht, wie Kommunikation einen nachhaltigen sozialen Wandel herbeiführen kann. Die zentralen Schwerpunkte sind Repräsentation, Partizipation, Empowerment & Ownership sowie Mediation.

Kontakt: Dr. Kefajatullah Hamidi (Leiter)

Kommunikationswissenschaft, Zeppelinhaus
Nikolaistraße 27-29, Raum 3.08, 04109 Leipzig
Telefon: 0341 9735712 | kefa.hamidi@uni-leipzig.de

Landesnetzwerks Migrantenorganisationen Sachsen-Anhalt (LAMSA) e.V.

Als Dachverband der Migrant:innenorganisationen vereint LAMSA Menschen unterschiedlicher Herkunft, kultureller Prägung sowie religiöser Zugehörigkeit und repräsentiert so eine Einheit der Vielfalt.

Kontakt: Servicestelle LAMSA Koordination

Landesnetzwerk Migrantenorganisationen Sachsen-Anhalt e.V.
Bernburger Straße 25a, 06108 Halle (Saale)
Fax: 0345 51 59 41 55 | info@lamsa.de

Ansprechpartnerin: Frau Mika Kaiyama

Telefon: 0340 87 05 88 32 | mika.kaiyama@lamsa.de

Neue deutsche Medienmacher:innen

Die Neuen deutschen Medienmacher:innen sind ein bundesweiter Zusammenschluss von Medienschaffenden mit unterschiedlichen kulturellen und sprachlichen Kompetenzen und Wurzeln. Wir setzen uns für mehr Vielfalt in den Medien ein: Vor und hinter den Kameras und Mikrofonen. An den Redaktionstischen. Und auch in den Planungsstäben, Führungsetagen und Aufsichtsgremien.

Kontakt:

Neue deutsche Medienmacher:innen e.V.
Potsdamer Straße 99, 10785 Berlin
Telefon: 030 269 472 30
info@neuemedienmacher.de | www.neuemedienmacher.de

Verband binationaler Familien und Partnerschaften, iaf e.V.

Die Regionalstelle Leipzig versteht sich als Mittler:in in der Einwanderungsgesellschaft. Schwerpunkte liegen in der Unterstützung von Migrant:innen und der rassismuskritischen und diversitätsorientierten Sensibilisierung und Kompetenzerweiterung der mehrheitsgesellschaftlichen Akteur:innen und Institutionen.

Kontakt:

Verband binationaler Familien und Partnerschaften, iaf e.V.

Geschäfts- und Beratungsstelle Leipzig

Arndtstr. 63, 04275 Leipzig

Telefon: 0341 231 977 30

leipzig@verband-binationaler.de | www.binational-leipzig.de

Werdauer Initiative gegen Rassismus (W.I.R.)

Der Kunst- und Kulturverein soll als antirassistische Plattform dienen, die kritische Stimmen, Interessierte und Aktive zusammenbringt. Darüber hinaus möchte[n] W.I.R. ein Bündnis gegen Rassismus und andere Diskriminierungsformen in der Stadt und Region schaffen. Vor allem wollen wir das für und mit der nächsten Generation Jugendlicher tun. Sie sollen in einem Umfeld aufwachsen, das nicht erfüllt ist von Hass und Ausgrenzung, sondern von Solidarität, Offenheit und Wertschätzung.

Kontakt:

w-i-r@posteo.de | www.wir-lautstark.de

ZEOK e.V.

Der Verein sieht seine Hauptaufgabe darin, mit Bildungs- und Kulturprojekten rassistische Denkmuster abzubauen, Austausch zu ermöglichen 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. ZEOK bietet Erwachsenenbildung und Angebote für Kinder und Jugendliche im Bereich interkulturelle Öffnung und rassismuskritische Bildung an.

Kontakt:

ZEOK e.V.

Kurt-Eisner-Str. 68 HH, 04275 Leipzig

Telefon: 0341 30394729

info@zeok.de | www.zeok.de

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