

Das unbekannte Millionenpublikum. Menschen mit Migrationshintergrund und Medien

GUALTIERO ZAMBONINI

Ein Team aus elf jungen Frauen und Männern trifft sich in Köln: eine gemischte Fußballmannschaft? Nein, bei den jungen Leuten handelt es sich um Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten, die sich 2007 für die Talentwerkstatt »WDR grenzenlos« qualifiziert haben. Sie kommen aus ganz verschiedenen Studienrichtungen und haben unterschiedliche Zukunftspläne, der eine möchte im Fernsehen arbeiten, die andere als Radioredakteurin. Aber eine Gemeinsamkeit haben alle elf – den Migrationshintergrund.

Das Projekt »WDR grenzenlos« wurde 2005 initiiert. Sein Leitgedanke ist: Junge Leute mit ausländischen Wurzeln sollen neue journalistische Perspektiven auf die multikulturelle Gesellschaft in Nordrhein-Westfalen eröffnen. Und noch etwas ist dem WDR wichtig: Er möchte, unter anderem durch dieses Projekt, den interkulturellen, integrativen Ansatz in seinen Programmen weiter ausbauen. Die breite Vielfalt des Publikums soll sich in den Radio- und Fernsehsendungen widerspiegeln. Das klingt selbstverständlich, aber bisher sind Zuwanderer als Mediennutzer eine vernachlässigte Zielgruppe, über die wenig bekannt ist.

Offene Fragen, überraschende Antworten

Wie kommen unsere Programmangebote bei dem Publikum an? Wie hoch sind die Einschaltquoten? Diese Fragen sind für Radio- und Fernsehsender von großer Bedeutung. Das Fernsehen versucht, die Einschaltquote täglich durch ein sogenanntes Fernsehpanel zu ermitteln. Allerdings sind dort ledig-

lich Einheimische und, seit einigen Jahren, Menschen aus den EU-Ländern vertreten. Es fehlen also wichtige Gemeinschaften, und es existieren keine gesonderten Auswertungen zu Migrantengruppen. Kurz gesagt: Im Bereich der Mediennutzung von Menschen mit Migrationshintergrund gibt es zurzeit mehr Fragen als Antworten. Die einzigen Hinweise, die wir dazu haben, stammen aus anderen Analysen, unter anderem vom WDR.

Der WDR hat 2003 Griechen, Türken, Italiener und Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien zum Thema »Funkhaus Europa« befragt. Funkhaus Europa ist das Integrationsprogramm des WDR, ein ganztätiges Hörfunkprogramm in Deutsch und 17 weiteren Sprachen. Ein internationales Team liefert Informationen über die neuesten Entwicklungen und Ereignisse in den Herkunftsländern und berichtet über wichtige Einwanderungs- und Integrationsfragen.

Wir wollten erfahren, wie das Programm bei den Hörern und Hörerinnen ankommt, und wie allgemein das Medienverhalten von Migranten und Migrantinnen ist. Über die positive Resonanz von Funkhaus Europa haben wir uns sehr gefreut. 2004 wiederholten wir diese Befragung mit einer breiteren Fragestellung. Ein ganz wichtiges Resultat war dabei: Anders als bisher eingeschätzt, sieht die Mehrheit (70 Prozent) der ausländischen Haushalte in NRW deutschsprachige Fernsehprogramme. Bei den Türken ist die Tendenz zu den Heimatkanälen etwas stärker, aber auch hier überwiegt deutlich die Nutzung der deutschen Medien. Das war für uns eine entscheidende Erkenntnis. Übrigens, diese Zahlen sind von der jüngsten ARD/ZDF-Studie über die Mediennutzung von Menschen mit Migrationshintergrund bestätigt worden: Es gibt keine medialen Parallelgesellschaften in Deutschland.

Programme auf dem multikulturellen Prüfstand

Migrantinnen und Migranten bilden ein breites Publikum, das durch unsere Untersuchung endlich sichtbar geworden ist. Daraus ergaben sich für den WDR wesentliche Fragen: Was machen wir für diese Gruppe? Wo und wie sind sie in unseren Programmen dargestellt? Was soll bedacht werden, um diese Zielgruppen anzusprechen?

Um Antworten darauf zu finden, erforschten wir zunächst das Medienverhalten und die Präferenzen von Migranten. Ein Ergebnis war, dass sie die kommerziellen Fernsehkanäle viel öfter nutzen als die öffentlich-rechtlichen. Festzustellen waren auch unterschiedliche Interessen bei den Migranten. Zum Beispiel orientieren sich die Italiener sehr stark in Richtung Unterhaltung, die Mehrheit der Türken hingegen sucht eher Informationen.

Der nächste Schritt war eine Inhaltsanalyse unserer Programme, um die Fragen zu klären: Wie stellen wir die Menschen in unseren Programmen dar?

Und in welchen Zusammenhängen? Machen wir nur eine problemorientierte Berichterstattung? Heben wir die Vorbilder hervor? Bedienen wir Klischees? Für uns öffentlich-rechtliche konnten wir feststellen, dass wir viel mehr und viel differenzierter über Migranten und die sogenannte Einwanderungsgesellschaft berichten als zum Beispiel RTL und SAT1. Aber obwohl diese weniger anbieten, werden sie viel stärker genutzt. Das war eine verwirrende Feststellung. Ist RTL also ein Integrationssender? Was ist der Grund für den Erfolg?

Wir untersuchten nun genauer, in welchem Zusammenhang wir die Migranten darstellen. Dabei fanden wir heraus, dass wir Migranten nicht als solche präsentieren, sondern hauptsächlich als Menschen im Alltag. Also waren keine integrationsspezifischen Sendungen ausschlaggebend, sondern die Darstellung von Einwanderern als selbstverständliche Protagonisten in alltäglichen Zusammenhängen.

Allerdings hatten wir bisher nicht gefragt, wie unsere Angebote bei den Migrantinnen und Migranten selbst ankommen. Wir hatten also noch keine Wirkungsanalyse gemacht, auch nicht zu der Frage: Wie wirkt unser Programm auf die Akzeptanz von Migranten? Wir haben dazu eine neue Untersuchung über die Wirkung von deutsch- und türkischsprachigen Sendungen auf junge Türken in NRW durchgeführt. Die Ergebnisse bestätigen unsere Annahme, dass junge Türken sowohl deutsch- als auch türkischsprachiges Fernsehen nutzen. Sie schätzen die Kompetenz der Informationssendungen der öffentlich-rechtlichen, aber sie lieben die Unterhaltungsangebote der Privaten und vor allem der türkischen Sender. Die Befragten beklagen generell eine zu geringe und oft zu klischeehafte Darstellung der Türken im deutschen Fernsehen.

Journalistische Kompetenz ohne Grenzen

Bei unserer Arbeit im WDR ist eine wichtige Fragestellung, ob Moderatorinnen, Redakteure oder Autorinnen mit ausländischen Wurzeln in unseren Programmen genügend repräsentiert sind. Unsere Strategie konzentriert sich deshalb nicht nur auf Themenbereiche oder Schwerpunkte, sondern auch auf Persönlichkeiten und Profile – sprich auf Moderatoren und Autorinnen. In den vergangenen Jahren haben wir verstärkt Castings für Programme wie die Aktuelle Stunde oder EinsLive, gemacht. Aber das ist schwierig, denn Journalismus als Ausbildungsberuf ist bei Menschen mit Migrationshintergrund noch nicht sehr verbreitet. Trotzdem waren wir in einigen Fällen erfolgreich. So haben wir zum Beispiel mit Asli Sevindim eine junge Türkin als Hauptmoderatorin der Aktuellen Stunde oder mit Birand Bingül einen türkischen Kommentator bei den Tagesthemen. Um mehr Journalisten und Journalistinnen mit Migrationshintergrund auszubilden und zu gewinnen, hat der WDR

das Projekt »Grenzenlos« ins Leben gerufen: Seit 2005 haben sich jährlich über 70 junge Nachwuchsjournalisten mit Migrationshintergrund um einen Projektplatz beworben, von denen zehn, 2007 waren es elf, für die Teilnahme ausgewählt wurden. Die Talentwerkstatt umfasst einen Zeitraum von sechs Wochen. Sie beginnt mit einer Einführungswoche, in der den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Grundlagen journalistischer Arbeit vermittelt werden. Recherche, Interviewtraining und die Gestaltung eigener Beiträge werden unter besonderer Berücksichtigung des Aspektes »Vielfalt und Integration« zum Thema gemacht. Im Anschluss folgt eine vierwöchige Hospitanzphase in verschiedenen WDR-Redaktionen. In der Abschlusswoche produzieren die Nachwuchsjournalisten gemeinsam Beiträge und konzipieren eine multimediale Abschlusspräsentation. Die Absolventinnen und Absolventen der bisherigen »Grenzenlos«-Runden arbeiten größtenteils auch nach der Talentwerkstatt als freie Mitarbeiter für den WDR. Außerdem haben sie die Chance, ein Volontariat beim WDR zu machen, das A und O für eine journalistische Karriere. In den ersten beiden Jahren wurden vier Teilnehmende des Projektes »Grenzenlos« für ein Programmvolontariat ausgewählt. Das ist ein beachtenswertes Ergebnis, wenn man bedenkt, dass sich jährlich hunderte um die zehn Plätze bewerben. Die vier jungen Menschen konnten sich behaupten. Und zwar nicht, weil sie einen Migrationshintergrund haben, sondern weil sie gute und versierte Journalisten sind. »Grenzenlos« hat also bewiesen: Es gibt unter den Migrantinnen und Migranten große Talente und Potenziale. Übrigens wollen auch die Nachwuchsjournalisten sich nicht einseitig über die Schiene »Migration« qualifizieren. Sie möchten nur die Möglichkeit haben zu zeigen, was sie als Allround-Journalisten können. Diese Möglichkeit geben wir ihnen durch »Grenzenlos«. Im nächsten Jahr werden wir die Talentwerkstatt »Grenzenlos« auch auf Mediengestalter und Kameraleute ausweiten.

Nicht nur Sache der Medien: Mehr Vielfalt im öffentlichen Diskurs

Die oft zu undifferenzierte öffentliche Wahrnehmung der Einwanderung und der Menschen mit Migrationshintergrund ist einerseits ein Problem der Medien. Wir haben aber auch ein Problem auf der anderen Seite. Migranten fühlen sich häufig durch Medien negativ dargestellt, oder sie denken, nicht zum Zuge zu kommen. Ohne verallgemeinern zu wollen: Es gibt auch eine Art »Opferhaltung«. Wir brauchen vielmehr eine offene Kommunikation in der Einwanderungsgesellschaft, an der eine Vielzahl von Migrantinnen und Migranten beteiligt ist. Häufig sind es die Gleichen, die überall das Feld besetzen, etwa die Vertreter der Religionsgemeinschaften. Sie melden sich mit Recht zu Wort, aber wo sind zum Beispiel die Nichtreligiösen mit muslim-

misch-kulturellem Hintergrund? Migranten und Migrantinnen erscheinen so in den Medien und der Öffentlichkeit viel zu oft als monolithischer Block. Es gibt einen großen Bedarf an Sachlichkeit und Differenzierung. Letztendlich geht es auch darum zu begreifen, dass die deutsche Gesellschaft und das deutsche Fernsehpublikum, heute im Unterschied zu vor 20 Jahren, immer stärker aus Menschen mit unterschiedlichen kulturellen Wurzeln besteht. Erst wenn diese Einsicht in den Verlagen und Rundfunkhäusern zum Selbstverständnis wird, wird sich etwas Grundlegendes ändern.

Weitere Informationen zum Projekt »WDR grenzenlos« im Internet unter www.wdr.de/unternehmen (unter »Jobs und Ausbildung«); zu »Funkhaus Europa« unter: www.funkhauseuropa.de

An intercultural perspektive in the media: West German Radio and Television beyond borders (grenzenlos)

How do immigrants react to the media and what do they think of our radio and television programmes? These were the questions put to immigrants in North Rhine-Westphalia by West German Radio and Television (WDR). An important result was that 70 percent of all foreign households watch German-language television programmes.

So we at the WDR drew the conclusion that we would have to broaden our intercultural integrative approach. What followed was an analysis as to how immigrants are presented in German television programmes. A further step was the »WDR grenzenlos« (Beyond Borders) project, which was started in 2005. Every year ten young journalists from ethnic minorities take part in a six-week course. Many of them stay on after qualifying and work for the WDR, which increases the station's multicultural profile.

Information is available on the Internet at: www.wdr.de/unternehmen (under »Jobs und Ausbildung«).

Межкультурные перспективы в средствах массовой информации: WDR без границ

Каково отношение к местным средствам массовой информации у мигрантов и насколько им нравятся наши теле-и радиопередачи? Чтобы ответить на этот вопрос Западногерманское телевидение и радио (WDR) провело опрос мигрантов в Северной Рейн – Вестфалии. Важный результат: 70 % жителей иностранного происхождения смотрят немецкоязычные телевизионные программы.

WDR сделало вывод: мы должны привести в наши передачи межкультурную, интегративную составляющую. Последовал анализ того, как представлены мигранты в немецких телевизионных программах. Следующим шагом стал стартовавший в 2005 году проект »WDR без границ«. Каждый год 10 молодых журналистов иностранного происхождения принимают участие в шестинедельных курсах повышения квалификации. Многие из них работают потом для WDR, усиливая тем самым мультикультурное направление в передачах.

Информация в интернете: www.wdr.de/unternehmen (в разделе »Работа и Образование« [»Jobs und Ausbildung«]).

Medya’da Kùltùrlèrarası Perspektifler

Göçmenlerin Medya davranışları nasıl, Radyo ve Televizyon programlarımız onların nasıl hoşuna gidiyor? Bu konuyu Westdeutscher Rundfunk (WDR) Kuzey Ren Westfalya’da yaşayan göçmenlere bir anket ile sordu. Önemli bir sonuç: Yabancıların yüzde 70’i Almanca Televizyon programlarını izliyorlar.

WDR için sonuç şuydu: Kùltùrlèrarası ve entegratif konuları genişletmek zorundayız. Ve bunu, göçmenler Alman Televizyon programlarında nasıl gösteriliyor analizi takip etti. Başka bir adım ise »WDR Sınırsız« projesinin başlatılması idi. Her yıl on genç göçmen kökenli gazeteci altı haftalık bir eğitime katılıyorlar. Bunlardan birçoğu daha sonra WDR için çalışıyor ve yayının çokkùltürlülük yönünü güçlendiriyorlar.

İnternette geniş bilgi için: www.wdr.de/unternehmen (»Jobs und Ausbildung«).