

Schlüssel für die Integration der Migranten in den Arbeitsmarkt:
Strategien für Wirtschaft, Verwaltung und Politik

POTENZIAL MEDIEN

Prof. Dr. Karl-Heinz Meier-Braun

**Integration im
Scheinwerfer der
Medien**

Prof. Dr. Rainer Geißler

**Mehr Migranten in
die Medien**

Kai Diekmann/Ertuğrul Özkök

**Medien haben
großen Einfluss**



Fußball ist eine Weltsprache. Als Ansporn für Menschen, die sich in den Vereinen, Schulen oder anderswo im Sinne eines friedlichen Miteinanders in Achtung und Respekt einsetzen, verleiht der Deutsche Fußball-Bund und sein Generalsponsor Mercedes-Benz den Integrationspreis 2010.

FUSSBALL: VIELE KULTUREN - EINE LEIDENSCHAFT



INTEGRATIONSPreis DES
DEUTSCHEN FUSSBALL-BUNDES
UND VON MERCEDES-BENZ



Mercedes-Benz

Teilnahmebedingungen und Bewerbungsformular unter www.dfb.de

**JETZT
BEWERBEN**
UND EINEN MERCEDES-
BENZ VITO GEWINNEN



EINSENDESCHLUSS
30.09.2010

INHALT

- 04 Integration im Scheinwerfer der Medien
Prof. Dr. Karl-Heinz Meier-Braun
- 06 Interview Bild und Hürriyet
Medien haben großen Einfluss
Kai Diekmann / Ertuğrul Özkök
- 08 Arbeitsmarkt / Studie Printmedien
Mehr Migranten in die Medien
Prof. Dr. Rainer Geißler
- 10 Arbeitsmarkt / Zentrum für mediale Integration
Potenziale für die Medien entdecken
Juliana Lofink /
Prof. Dr. Horst Pöttker
- 12 Medienrezeption / Analyse
Die Nutzer wirken mit
Prof. Dr. Georg Ruhrmann
- 14 Mediennutzung / Studie
Internet holt Fernsehen ein
Annett Heft
- 16 Interview Netzwerk IQ
Bundespresseamt macht IQ-Themen bekannt
Susanne Kasten, Regierungsdirektorin
- 18 Netzwerk IQ
Wegweiser zur Anerkennung ausländischer Abschlüsse
Gwendolyn Paul
- 20 Portrait Sibel Kekilli
Bewusst zwischen allen Stühlen
Anja Kühner
- 22 Kausa-Medienpreis
Bildungswege von Migranten sichtbar machen
- 23 Daten und Fakten

Editorial

MEDIEN IM WANDEL

Welches Bild haben die Menschen in Deutschland im Kopf, wenn sie die Stichworte „Migration“ und „Integration“ hören? Wie nehmen Migranten ihre Situation wahr? Meinungen beruhen auf Vorstellungen, und diese werden stark durch die Medien geprägt. Ihnen kommt im Prozess der Integration eine bedeutende Rolle zu – dies stellt nicht zuletzt der Nationale Integrationsplan fest.

Um dieser Rolle gerecht zu werden, müssen Medien nicht nur Themen der Integration angemessen und ausführlich darstellen. Sie sollten selbst die Wirklichkeit einer vielfältigen Bevölkerung spiegeln. Auch darüber herrscht Einigkeit. Wie viele Menschen mit Migrationshintergrund sind tatsächlich in medialen Berufen tätig? Haben sie die Chance, die Erfahrungen aus ihrer Biographie einzubringen?

Verschiedene Beiträge im vorliegenden Magazin clavis geben Antworten auf diese Fragen. Menschen erzählen zudem persönlich, wie sie die Medienwelt erleben. Journalisten beschreiben, welchen Beitrag ihre Medien zur Integration liefern. Und Experten analysieren, welche Chancen Migranten auf dem journalistischen und medialen Arbeitsmarkt haben, wie Medien auf Menschen mit Migrationshintergrund wirken und wie sie sie nutzen.

Alle Beiträge zeigen: Es hat sich viel geändert in den vergangenen Jahren. Die Präsenz von Migranten ist ebenso selbstverständlich wie die Aufarbeitung des Themas Integration. Und dennoch muss sich noch einiges tun, damit auch die Medien ihrer selbst gestellten Aufgabe noch besser gerecht werden.

Ihre
clavis-Redaktion

IMPRESSUM **Herausgeber:** Die Herausgabe erfolgt im Rahmen des Projektes KP IQ, gefördert durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) und die Bundesagentur für Arbeit (BA) in Zusammenarbeit mit der Zentralstelle für die Weiterbildung im Handwerk e.V. (ZWH), Sternwartstraße 27-29, 40223 Düsseldorf. **Redaktion:** for mat medienagentur + verlag gmbh, Redaktion clavis, Drususstraße 13a, 40549 Düsseldorf, info@clavis-magazin.de, www.clavis-magazin.de **Verantwortlich (V.i.S.d.P.):** Hermann Röder **Redaktionsleitung:** Jürgen Grosche **Autoren:** Rainer Geißler, Annett Heft, Anja Kühner, Juliane Lofink, Karl-Heinz Meier-Braun, Claudia Monravek, Nina Multhoff, Gwendolyn Paul, Horst Pöttker, Georg Ruhrmann **Mitarbeit an dieser Ausgabe:** Anke Kinnewig, Claudia Moravek, Ute Schmitt **Konzeption und Gestaltung:** Markus Kossack, for mat medienagentur + verlag gmbh **Anzeigen & Vertrieb:** for mat medienagentur + verlag gmbh, Telefon 0211-5580256 **Druck:** Stünings Medien GmbH, Krefeld **Auflage:** 15.000 **Erscheinungsweise:** 3-mal jährlich **Bezugsadresse (kostenfrei):** for mat medienagentur + verlag gmbh, Redaktion clavis, Drususstraße 13a, 40549 Düsseldorf
Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers wieder. Für eingesandte Materialien kann keine Gewähr übernommen werden. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Redaktion.

Verstärkte Bemühungen – weiterer Nachholbedarf

INTEGRATION IM SCHEINWERFER DER MEDIEN

Die Medien haben ihre Bemühungen verstärkt, was die Integration von Zuwanderern angeht. In vielen Bereichen besteht aber noch Nachholbedarf. Diese Bilanz zieht Prof. Dr. Karl-Heinz Meier-Braun, der sich seit über 30 Jahren mit dem Thema beschäftigt.



keiten zwischen Menschen mit Migrationshintergrund und der Gesamtbevölkerung gibt.

Die meisten Menschen mit Migrationshintergrund haben im deutschen Mediensystem eine Heimat gefunden – bei aller Distanz und Kritik, die im Detail existieren mag. Integration meint in diesem Sinne: ein gemeinsames Mediensystem. Dies bedeutet für die Zukunft: Eine noch selbstverständlichere Präsenz aller in Deutschland Lebenden in denselben Programmen. Im nächsten Jahr soll eine neue Untersuchung von ARD und ZDF zu „Migranten und Medien“ erscheinen.

Nachwuchs gewinnen

Nicht erst seit dem Nationalen Integrationsplan arbeitet man an vielen Stellen in der ARD im Integrationsbereich, wie dieses Beispiel zeigt: „Ich habe schon über 100 Bewerbungen geschrieben und noch keine Lehrstelle gefunden“, beklagt die junge Migrantin am Telefon. „Ich betreibe eine Kfz-Werkstatt und suche dringend einen Azubi zum Kfz-Mechatroniker. Leider fehlen mir die Bewerber“, meldet sich ein Hörer bei der Telefonaktion „Lehrstellen für Jugendliche“ des Südwestrundfunks (SWR) in Stuttgart. Bereits seit acht Jahren organisiert der Sender diesen Aktionstag. Experten beantworten am Telefon schwerpunktmäßig Fragen von Jugendlichen mit

Migrationshintergrund. Ein Beispiel dafür, was die Medien tun können, um bei der viel beschworenen Integration zu helfen.

In ihren täglichen Sendungen, die seit 20 Jahren laufen und jetzt das Jubiläum feiern, sowie im Internet widmet sich SWR International, die Fachredaktion des Senders für Migrationsfragen, kontinuierlich dem Thema „Schule, Ausbildung und junge Migranten“. Gezielt bemüht sich die Redaktion seit Jahren, Nachwuchsjournalisten aus dem Migrantenbereich zu fördern. So sind bis zu einem Drittel aller Hospitanten, Praktikanten und Volontäre Menschen mit Migrationshintergrund. Auch der Westdeutsche Rundfunk (WDR) engagiert sich seit langem in diesem Bereich, beispielsweise mit der Talentsuch-Initiative „WDR grenzenlos“. Beide Sender werden deshalb im Jahresgutachten 2010 des Sachverständigenrates deutscher Stiftungen für Integration und Migration lobend erwähnt.

Anderer Blickwinkel

Journalisten und Journalistinnen aus den Einwandererfamilien sind zwar schon längst keine Exoten mehr in der deutschen Medienlandschaft, man findet aber immer noch viel zu wenige von ihnen in Presse, Funk und Fernsehen. Dabei können sie das redaktionelle Arbeiten bereichern, einen anderen Blickwinkel und Sachverstand

Das Thema Integration hat in Presse, Funk und Fernsehen in den zurückliegenden Jahren einen höheren Stellenwert erhalten. So hat der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger eine „Deutschlandstiftung Integration“ ins Leben gerufen. 59 Zeitschriften und Zeitungen sind dabei unter anderem mit einer Anzeigenkampagne vertreten. Einzelne Zeitungen wie „Die Rheinpfalz“ bringen regelmäßige Rubriken zum Thema. Die Medienforschung wurde verstärkt. Der SWR hat sich an der Sinus-Milieustudie beteiligt, die wichtige Erkenntnisse für die Programmgestaltung erbracht und gezeigt hat, dass es weniger parallele Medienwelten als Gemeinsam-

einbringen, die Berichterstattung erleichtern und ein neues Publikum an die Medien binden. Gerade hier müssen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, aber auch die Printmedien, ihre Bemühungen verstärken und insgesamt das Thema fest in der Aus- und Fortbildung verankern.

Die Medien spielen eine wichtige Rolle in der Integrationsdebatte. Sie können Vorurteile verstärken oder abbauen helfen. Lange Zeit zeichneten Medien ein undifferenziertes Bild der „Ausländer in Deutschland“. Die Weiterentwicklung, die in der zweiten und nachfolgenden Generation stattgefunden hat, blieb weitgehend unberücksichtigt.

„Journalisten und Journalistinnen aus den Einwandererfamilien können die redaktionelle Arbeit bereichern.“

Im Rahmen des ersten Fortschrittsberichts des Nationalen Integrationsplans strebt die ARD an, „in naher Zukunft für ihre Hauptinformationsformate im Ersten verstärkt geeignete Journalist/Innen mit Migrationshintergrund zu gewinnen.“ Der Fortschrittsbericht stellt auch fest, dass der Nationale Integrationsplan in den Medien die Sache der Integration vorangebracht hat. Durch den demographischen Wandel werden Migranten gerade auch für die Presse immer wichtiger als Leser oder Abonnenten. Die Medien stehen hier vor einer Herausforderung, das ungenutzte Potenzial dieser Zielgruppe zu erschließen und Migranten, vor allem junge Leute, noch besser in die Medien zu integrieren.

Prof. Dr. Karl-Heinz Meier-Braun leitet die Fachredaktion „SWR International“ beim Südwestrundfunk in Stuttgart und ist Integrationsbeauftragter des Senders, zudem Honorarprofessor für Politikwissenschaft an der Universität Tübingen und Experte zum Thema Migration, Buchautor, Wissenschaftler sowie Mitglied im Rat für Migration (RfM).

MEDIEN WOLLEN INTEGRATION FÖRDERN

Führende Medienvertreter haben gemeinsam mit Politikern im Nationalen Integrationsplan vor drei Jahren den Medien eine wichtige Rolle für die Integration zugeschrieben und in Selbstverpflichtungserklärungen weitere Beiträge angekündigt.

Als großes Defizit im Vergleich zu anderen Ländern bezeichneten die Mitglieder der Themengruppe Medien die mangelnde berufliche Integration von Migranten in den Journalismus. Es gebe in Deutschland bislang zu wenige Journalisten und Medienschaffende mit Migrationshintergrund. Zudem verfügten Medienmacher mit deutschem Hintergrund nur über unzureichende Kenntnisse über Themen und Hintergründe der Migration und Integration.

Die Diskussionsteilnehmer machten einige Vorschläge, welche Beiträge die Medien leisten sollten:

Migration und Integration als Querschnittsthema nachhaltig aufgreifen

Radio, Fernsehen, Printprodukte oder Onlinedienste sollten die Themen nicht in Nischen behandeln. Der Austausch über kulturelle Unterschiede solle vielmehr „selbstverständlicher Bestandteil der Medien in ihrer gesamten Bandbreite werden“. Migrationsthemen nur in Spezialangeboten zu präsentieren werde hingegen „weder der Zielgruppe noch der Problemstellung gerecht“.

Mehr Medienschaffende mit Migrationshintergrund einbeziehen und ausbilden

Insbesondere sollen die Medienunternehmen darauf hinwirken, dass sich das Redaktionspersonal adäquat zusammensetzt. Dazu sollten auch mehr Journalisten und Medienschaffende mit entsprechendem biographischem Hintergrund

ausgebildet werden. Mitarbeiter und Führungskräfte sollten zudem in der Aus- und Fortbildung besser über Themen der Migration und Integration informiert werden und interkulturelle Kompetenzen vermittelt bekommen.

Medienforschung intensivieren und ausweiten

Wie Migranten die Medien nutzen, darüber müsse mehr geforscht werden, heißt es weiter im Nationalen Integrationsplan: „Bund und Länder sowie die Medienunternehmen in der Bundesrepublik Deutschland sind gefordert, solche Forschungen zu ermöglichen und entsprechende Ressourcen bereitzustellen.“

Medienkompetenz fördern

Zudem müssten Forschung und Projekte zur Förderung der Medienkompetenz von Migranten aufgelegt werden. Damit sie insbesondere neue Medien kompetent nutzen können, sei die „digitale Integration dieser Bevölkerungsgruppen“ notwendig.

Potenziale nutzen und Austausch fördern

Deutsche und fremdsprachige Medien sollten mehr gemeinsame Projekte initiieren und einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch pflegen. „Insbesondere der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Europa ist aufgrund seines Programmauftrags dazu aufgerufen, den Dialog der Kulturen voranzutreiben und das friedliche Miteinander zu fördern“, heißt es.

Partizipation fördern

Schließlich schlägt die Arbeitsgruppe vor, dass die in den Rundfunk- und Fernsehredaktionen vertretenen gesellschaftlichen Gruppen auch Migranten berücksichtigen.

„Bild“ und „Hürriyet“ engagieren sich für die Integration

MEDIEN HABEN GROSSEN EINFLUSS

Die Zeitungen „Bild“ und „Hürriyet“ erreichen unter deutschen und türkischstämmigen Lesern ein Millionenpublikum. Kai Diekmann, Chefredakteur von „Bild“, und Ertuğrul Özkök, früherer Chefredakteur von „Hürriyet“, sehen die Medien in der Verantwortung, sich für das Thema Integration einzusetzen.



Kai Diekmann, Chefredakteur von „Bild“

Welchen Einfluss haben Medien auf das Thema Integration?

Diekmann: Medien haben einen wichtigen Einfluss auf das Thema Integration. Sie schaffen durch ihre Berichte ja häufig erst die Diskussionsgrundlage für Politik und Gesellschaft. Von den persönlichen Erfahrungen des Einzelnen abgesehen, haben sie wahrscheinlich sogar den größten Einfluss.

Özkök: Die globalisierte Welt und die Mobilität der Menschen machen das Thema Integration nicht nur für Europa sehr aktuell. Ich denke, dass Medien, die das Vertrauen der Bürger genießen, durchaus eine positive Rolle spielen können – innerhalb der Gesellschaften, wie eben bei der Integration, und auch bei zwischenstaatlichen Beziehungen. Die türkische und die griechische Presse haben das vorgemacht.

Aber es gibt durchaus das Problem, dass die Akteure unserer modernen Mediensysteme dazu tendieren, sich gegenseitig eher mit Provokation zu überbieten – statt mit Qualität und Vernunft. Wenn es um etwas so Wichtiges wie die Integration geht, ist das sehr gefährlich.

Stehen Medien in der Verantwortung, sich für die Integration von Migranten zu engagieren?

Diekmann: Gerade eine Zeitung wie „Bild“ hat aufgrund ihrer Größe und ihrer gesellschaftlichen Bedeutung natürlich die Aufgabe, sich für das friedliche Zusammenleben aller Menschen in diesem Land einzusetzen. Immerhin erreichen wir knapp zwölf Millionen Leser jeden Tag und noch einmal ungefähr sieben Millionen im Internet – damit ist „Bild“ das einzige Massenmedium Deutschlands, das diese Bezeichnung noch verdient. Aus diesem Grund müssen wir mehr als Andere darüber nachdenken, was wir wie schreiben und darstellen.

Özkök: Ja, ich bin definitiv der Meinung, dass die Medien Verantwortung übernehmen müssen. Wenn wir friedlich zusammenleben wollen, müssen wir die Ghettos beseitigen, wir müssen die Mauern zwischen den Menschen niederreißen. Bis vor kurzem haben wir nur auf die Probleme hingewiesen. Aber heute können wir uns nicht mehr mit der Rolle des passiven Beobachters zufrieden geben.

Gibt es nicht ein Spannungsverhältnis zwischen diesem Engagement für das Thema Integration und der Alltagsarbeit?

Diekmann: Auch nicht mehr als bei allen anderen gesellschaftlich relevanten Themen. Richtig ist aber, dass wir als Journalisten zuallererst die Aufgabe haben, die Wirklichkeit abzubilden. Und zwar so, wie sie ist. Deshalb müssen wir selbstverständlich auch über Sachverhalte berichten, die der Integration vielleicht auf den ersten Blick abträglich sind. Die Medien haben auf keinen Fall die Aufgabe, sich aufgrund ihrer Stellung in der Gesellschaft eine Schere im Kopf zuzulegen.

„Bild“ und „Hürriyet“ machen Verhältnis von Deutschen und Türken zum Thema

Die beiden Journalisten Kai Diekmann (Chefredakteur und Herausgeber von „Bild“) und Ertuğrul Özkök (bis Ende 2009 Chefredakteur von „Hürriyet“) haben mehrere gemeinsame Projekte zur Förderung der Integration initiiert. Mehrfach kommentierte Özkök in den zurückliegenden Jahren aktuelle Ereignisse in Bild, Diekmann schrieb im Gegenzug Meinungsbeiträge in der Tageszeitung Hürriyet. In beiden Publikationen erschienen auch gemeinsame Kommentare.

Im Oktober 2008 gaben beide das Buch „Süper Freunde – Was Türken und Deutsche sich wirklich zu sagen haben“ heraus. Es erschien auf Deutsch und Türkisch in beiden Ländern. Bekannte Autoren beschrieben ihren persönlichen Beitrag zum Verhältnis von Türken und Deutschen. Zu ihnen zählten die Anwältin Seyran Ateş der Fußballtrainer Christoph Daum und Dieter Zetsche, Vorstandsvorsitzender von Daimler.

„Bild“ (Verlag Axel Springer) ist nach eigenen Angaben Europas größte Tageszeitung. „Hürriyet“ (Dogan-Gruppe) gilt als die auflagenstärkste türkischsprachige Zeitung in Deutschland. Axel Springer ist an Dogan TV mit 19,9 Prozent beteiligt.

Zusammen mit der Integrationsbeauftragten der Bundesregierung, Prof. Dr. Maria Böhmer, und weiteren Initiatoren startete Diekmann im März die Kampagne „Raus mit der Sprache. Rein ins Leben“. Mit ihr will die Deutschlandstiftung Integration die Bedeutung der deutschen Sprache für die Integration hervorheben. Prominente wie Collien Fernandes oder die Mitglieder der Band Culcha Candela unterstützen die Kampagne.



Ertuğrul Özkök, früherer Chefredakteur von Hürriyet

Özkök: Zunächst durchaus. Es ist gar nicht leicht, den Türken in Deutschland das Problem der Integration zu erklären. Für manche klingt das danach, ihre eigene Kultur aufzugeben, und dann leisten sie Widerstand. Vor allem die Printmedien haben eine ältere Leserschaft, die erste und zweite Generation der nach Deutschland Eingewanderten. Aber das wandelt sich gerade. In den letzten Jahren hat sich Hürriyet zu einem der eifrigsten Verteidiger von Integration entwickelt – und sie hat gut daran getan. Jetzt bekommen wir positives Feedback.

Sie beteiligen sich aktiv an der Kampagne „Raus mit der Sprache. Rein ins Leben“ der Deutschlandstiftung Integration. Die Kampagne betont die Bedeutung der deutschen Sprache für die Integration. Welchen Auftrag sehen Sie dabei für Ihre Arbeit und für „Bild“?

Diekmann: „Auftrag“ klingt mir zu programmatisch. Dass die deutsche Sprache die wichtigste Voraussetzung dafür ist, in diesem Land zu leben und erfolgreich sein zu können, ist ein Fakt. Und selbstverständlich ist es für Journalisten, deren Werkzeug das Wort ist, der natürlichste Aspekt der Integration. Weil dieser Aspekt aber in der öffentlichen Debatte deutlich zu kurz kommt, unterstützt „Bild“ die Deutschlandstiftung.

Einige Projekte haben Sie beide gemeinsam gestaltet. Welche Ziele wollten Sie damit erreichen?

Diekmann: Eigentlich nur eines: Um Verständnis werben. In Deutschland leben Millionen von Menschen mit türkischen Wurzeln. Aber viele Deutsche wissen wenig von ihnen – und umgekehrt ist es oft auch nicht besser. Deshalb haben Ertuğrul Özkök und ich bei Anlässen wie dem EM-Spiel Deutschlands gegen die Türkei oder dem tragischen Wohnhausbrand in Ludwigshafen vor zwei Jahren versucht, beide Seiten zusammenzubringen. Wir wollten zeigen: Deutsche und Türken sollen nicht nur Freunde sein. Sondern sie können das auch, weil sie bei den wirklich wichtigen Dingen – ja, dazu zähle ich auch den Fußball – oft ganz ähnlich denken. Inwieweit das funktioniert hat, vermag ich nicht zu beurteilen. Aber das Buch „Süper Freunde“, das wir beide zusammen veröffentlicht haben, hat sich gut verkauft, und wir hoffen, damit viele Menschen zum Nachdenken angeregt zu haben.

Özkök: Ja, Kai Diekmann und ich haben mutige Schritte in diese Richtung unternommen. Und wir dürfen nicht vergessen: „Bild“ ist Deutschlands populärste Zeitung. Unter ihren Lesern war die Zahl derer, die Türken nicht unbedingt mögen, wahrscheinlich gar nicht so klein. Bei den Hürriyet-Lesern war es umgekehrt ähnlich. Wir haben beide etwas riskiert. Aber „Bild“ hatte das größere Risiko. Deshalb bewundere ich Kai Diekmann sehr.

Eine Frage noch zur Zeitschrift Young Hürriyet, die auf Deutsch publiziert wurde: War sie erfolgreich? Welchen Beitrag leistete sie zum Thema Integration?

Özkök: Leider war unser Projekt der deutschen Hürriyet nicht sehr erfolgreich. Aber auch wenn ich nicht länger Chefredakteur bin: Endgültig begraben sollte man dieses Vorhaben definitiv nicht.

Arbeitsmarkt für Journalisten

MEHR MIGRANTEN IN DIE MEDIEN

In den deutschen Medien sind nur sehr wenige Journalisten mit Migrationshintergrund beschäftigt. Dafür gibt es mehrere Ursachen, sagt der Siegener Soziologe Rainer Geißler. Ein Grund: Kinder von Migranten sind bei der Bildung benachteiligt.

Von Rainer Geißler

Erst seit wenigen Jahren wird in der öffentlichen Integrationsdebatte auch über die Rolle der Medien im Prozess der Integration gesprochen. Gewiss – die Medien stehen nicht im Zentrum der Integrationsproblematik. Das Herzstück der Integration ist die Eingliederung in den Arbeitsmarkt und damit zusammenhängend angemessene Bildungschancen für Migrantenkinder. Aber auch die Massenmedien spielen eine wichtige Rolle. Was die Bevölkerung über die Bedeutung von Migration und Integration und über die Situation der Migranten in Deutschland weiß, das weiß sie in der Regel vor allem aus den Massenmedien.

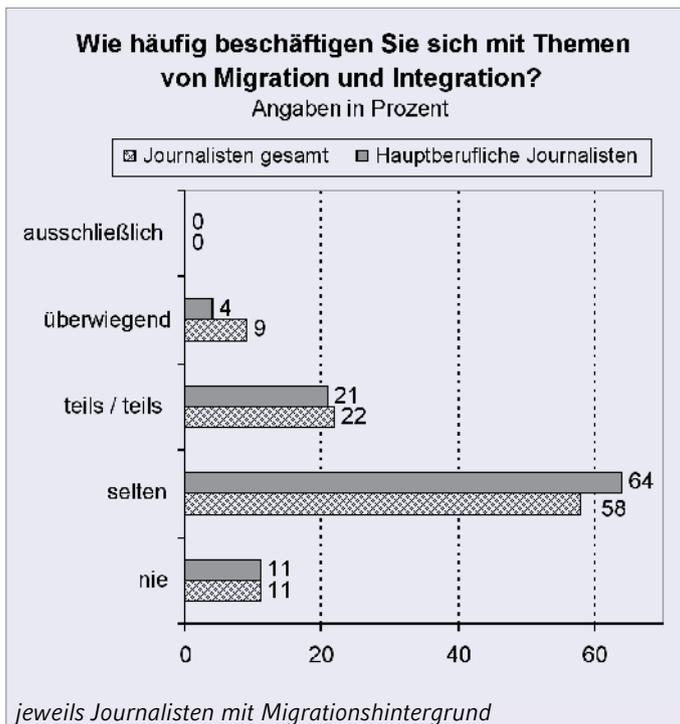
Unter Kommunikationswissenschaftlern wird die Rolle der deutschen Massenmedien sehr skeptisch eingeschätzt. Viele Studien über die Darstellung der Migranten zeigen übereinstimmend, dass nur wenig über ihre Situation in Deutschland berichtet wird, und das Wenige ist häufiger in negative als in

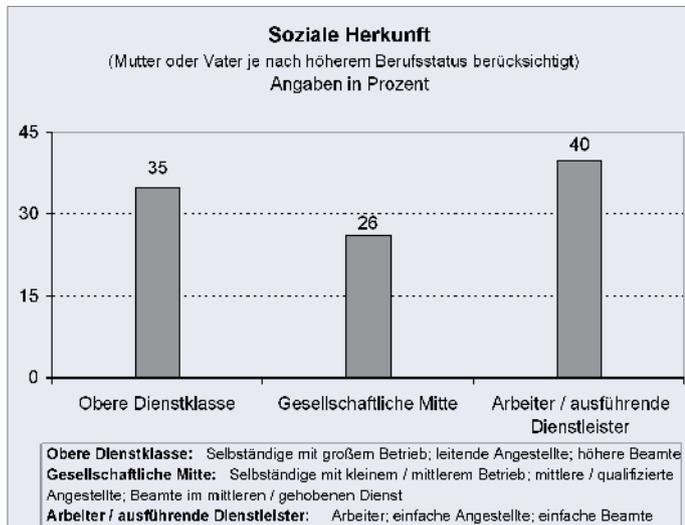
positive Zusammenhänge eingerahmt. Dieser „Negativismus“ ist im letzten Jahrzehnt schwächer geworden. So präsentieren zum Beispiel die Lokalteile der Printmedien die Migranten gern als gut integrierte Nachbarn und als wirtschaftlich, sozial, kulturell oder politisch engagierte Bürger. Aber die Zuwanderer tauchen auch weiterhin oft als Kriminelle und Terroristen auf, als Belastung für das soziale Netz, als Gruppen, die Probleme haben und die den Deutschen Probleme machen.

Einheimische oft unter sich

Die Verzerrung ins Negative hängt auch damit zusammen, dass in den deutschen Medien nur eine verschwindend kleine Zahl von Journalisten mit Migrationshintergrund beschäftigt ist. Obwohl etwa jeder fünfte Einwohner Deutschlands aus einer Zuwanderungsfamilie stammt, wird ihr Anteil unter den Journalisten nur auf zwei bis drei Prozent geschätzt. Genaue Zahlen liegen für die deutschen Tageszeitungen vor. Eine an der Universität Siegen durchgeführte Untersuchung bei den 1.229 Chef- und Lokalredaktionen der 600 Tageszeitungen kommt zu folgendem Ergebnis: Im Jahr 2008 hatten von den rund 16.000 hauptberuflich tätigen Journalisten an Tageszeitungen nur etwa 200 oder 1,2 Prozent einen Migrationshintergrund. In 84 Prozent aller Tageszeitungen sind die Einheimischen unter sich.

Die Hälfte der angestellten Journalisten mit Migrationshintergrund ist in Deutschland geboren. Zwei Drittel besitzen einen deutschen Pass. Da Deutschland ein junges Einwanderungsland ist, sind die jüngeren Altersgruppen unter den Journalisten mit Migrationshintergrund stärker vertreten als unter den Einheimischen. Der auffälligste Unterschied zu den Einheimischen zeigt sich bei der sozialen Herkunft: Während sich einheimische Journalisten fast ausschließlich aus der gesellschaftlichen Mitte, häufig aus der oberen Mitte, rekrutieren, stammen zwei Fünftel der Journalisten mit Migrationshintergrund aus Familien von Arbeitern und einfachen Dienstleistern (vgl. die Grafik „Soziale Herkunft“). Die Tätigkeit als Journalistin oder Journalist ist für sie gleichbedeutend mit sozialem Aufstieg.





Gut in der Redaktion integriert

Wer zu den wenigen gehört, die es geschafft haben, in einer Zeitungsredaktion Fuß zu fassen, ist dort gut integriert. Ihre Arbeitsbereiche umfassen die gesamte Bandbreite der Ressorts. Die häufig geäußerte Vermutung, sie seien auf die Themen Migration und Integration eingeeengt, trifft nur auf wenige zu (vgl. Grafik „Wie häufig beschäftigen Sie sich mit Migrationsthemen?“). Der Aufstieg in den Sessel des Chefredakteurs gelingt – eventuell wegen ihres jungen Alters – selten, aber in Leitungspositionen wie Chef vom Dienst oder Ressortleiter sind sie ähnlich häufig vertreten wie Einheimische.

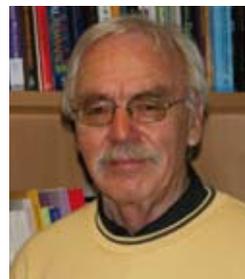
Ursachen für die extreme Unterrepräsentation der Migranten lassen sich sowohl bei der Nachfrage als auch beim Angebot ausmachen. Die seltenen Journalisten und Medienmacher mit Migrationshintergrund gehören zu der Hypothek, die uns die Gastarbeiter-Politik und eine lange Zeit fehlende zukunftsorientierte Migrations- und Integrationspolitik hinterlassen hat. Erst im letzten Jahrzehnt hat sich allmählich ein „Integrationsbewusstsein“ entwickelt. In den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die einen öffentlichen Integrationsauftrag haben, ist dieses Bewusstsein eher entstanden und weiter verbreitet als bei den privaten Printmedien.

Nur wenige studieren

Auch auf der Seite des Angebots bestehen Probleme. Der Weg zum Journalismus verläuft heute in der Regel über ein Studi-

um. Dies gilt für Einheimische und Migranten gleichermaßen (vgl. die Grafik). Migrantenkinder sind jedoch im deutschen Bildungssystem extrem benachteiligt. In den Hochschulen sind sie um das Dreifache unterrepräsentiert. Zudem meiden sie tendenziell Studiengänge, in denen die Kenntnisse in der deutschen Sprache eine besondere Relevanz haben. So entscheiden sie sich nur halb so oft für ein Lehramtsstudium wie Einheimische, und sie dürften auch nur relativ selten die sprachorientierten Fächer studieren, die zum Beruf des Journalisten führen. Wie stark berufliche Unsicherheiten, geringer Anfangsverdienst, Defizite im Sozialkapital („nicht die richtigen Leute kennen“) oder auch ein Desinteresse oder gar eine Abwehrhaltung auf der Seite der Printmedien mitverantwortlich sind für die sehr geringe Zahl in deutschen Zeitungsredaktionen, bedarf genauerer Analysen.

Den Migranten ist es bisher nur sehr eingeschränkt möglich, ihre spezifischen Erfahrungen, Interessen, Befindlichkeiten, Blickwinkel, Kenntnisse und Kompetenzen in die Gestaltung der Medieninhalte und in die deutsche Öffentlichkeit einzubringen. „Mehr Migranten in die Medien“ ist daher ein wichtiges Ziel. Um dieses Ziel zu erreichen, ist es erforderlich, junge Menschen über bessere Bildungschancen an die Medienberufe heranzuführen und gleichzeitig die Bereitschaft der Medien zu erhöhen, sich in ihrer Personalpolitik stärker als bisher an der ethnischen Vielfalt der Bevölkerung und damit auch ihrer potenziellen Kunden zu orientieren.



Prof. Dr. Rainer Geißler lehrt Soziologie an der Universität Siegen. Zusammen mit Prof. Dr. Horst Pöttker vom Institut für Journalistik der Universität Dortmund hat er in mehreren Bänden unter dem Titel Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland Forschungsergebnisse publiziert.

Neues Zentrum für mediale Integration

POTENZIALE FÜR DIE MEDIEN ENTDECKEN

Über einen Mangel an ethnischer Diversität in deutschen Redaktionen ist sich die Forschung einig. Ein Ziel des Nationalen Integrationsplans lautet daher, die Zahl der Journalisten mit Migrationshintergrund in den deutschen Medien zu steigern. Um dieses Bestreben zu unterstützen, entsteht in Dortmund ein Zentrum für mediale Integration. Zunächst ist einiges an Forschungsarbeit nötig.

Von Juliana Lofink und Horst Pöttker



Das Zentrum für mediale Integration soll drei Funktionen wahrnehmen: Migranten in den Journalistenberuf vermitteln (Agentur), sie journalistisch qualifizieren (Akademie) und die Bedingungen für eine erfolgreiche Förderung ethnischer Diversität in den Medien erforschen (Institut). Auf längere Sicht geht es dem Zentrum vor allem darum, durch die Vermittlung von Migranten in den Journalistenberuf einen praktischen Beitrag zur ethnischen Vielfalt in den Medien und damit zur sozialen Integration zu leisten. Außerdem ist ein speziell

auf Migranten zugeschnittenes Programm der journalistischen Aus- und Weiterbildung in Vorbereitung.

Damit Vermittlungs- und Qualifikationsmaßnahmen greifen können, fehlt es jedoch noch an realistischen Einsichten in die gegebenen Potenziale. Oft wird ohne Weiteres angenommen, die dürftige Präsenz von ethnischen Minderheiten in den Redaktionen sei auf Vorbehalte der Medienbetriebe zurückzuführen, Migranten als Journalisten zu beschäftigen. Dabei wird

in der Regel nicht geprüft, ob und bei welchen Migranten überhaupt eine Bereitschaft besteht, im Journalistenberuf eine Perspektive zu erkennen.

Sichere Existenz gesucht

Offenbar streben viele von ihnen sozialen Aufstieg eher über die Ausbildung zum Ingenieur- oder Arztberuf an. Oft werden auch Programme der journalistischen Ausbildung für Migranten aufgelegt, ohne zu prüfen, welche Medienbetriebe überhaupt

zur Aufnahme von Migranten ins Redaktionspersonal bereit sind. Diese vernachlässigten Fragen hängen insofern zusammen, als die Motivation von Migranten, sich für eine journalistische Ausbildung zu entscheiden, an die Aussicht gebunden ist, in Medienbetrieben eine Existenz sichernde Beschäftigung zu finden.

Potenziale erkennen

Um Migranten erfolgreich in Medienredaktionen zu vermitteln, ist zunächst zu erforschen, in welchen ethnischen Gruppen und aus welchen Gründen Affinitäten zum Journalistenberuf und in welchen Medien und aus welchen Gründen Affinitäten zur Beschäftigung von Migranten bestehen. Dies soll ein Forschungsprojekt „Basiserhebungen zur Förderung ethnischer Diversität im Journalistenberuf“ klären. Zum Projekt gehört eine quantitative Befragung von jungen Menschen aus ethnischen Minderheiten sowie eine qualitative flächendeckende Befragung des Personalmanagements privatwirtschaftlicher Medienbetriebe in Nordrhein-Westfalen.

Das für die Zeit von 2010 bis 2012 geplante Projekt wird vom Rektorat der TU Dortmund unterstützt. Die erforderlichen Mittel wurden im Rahmen des Mercur-Programms bei der Mercator-Stiftung beantragt.



Prof. Dr. Horst Pöttker und
Dipl.-Journ. Juliana Lofink,
Institut für Journalistik,
Technische Universität Dortmund

WORAUF ES ANKOMMT



Dunja Hayali

Meine Herkunft war für mich immer eine Bereicherung, da meine Eltern von Kindesbeinen an sehr viel Wert auf Bildung und Sprache gelegt haben. Wenn man den Einblick in zwei Kulturen erhält, schärft das das Verständnis für Toleranz und das Unverständnis für Vorurteile.



Murat Ham

Ich bin mehrsprachig aufgewachsen, trage mehrere Kulturen in meiner Brust, so dass ich mich leicht in andere Gruppen hineinversetzen kann. Ich bin immer sehr offen auf die Menschen in meinem Umfeld zugegangen. Als ausgebildeter Journalist habe ich auf ein perfektes Deutsch immer Wert gelegt.



Mo Asumang

Meine Hautfarbe ist für mich wie ein Barometer. Sie zeigt mir, wie offen oder verschlossen die Gesellschaft ist, in der ich lebe. Meinen Migrationshintergrund begreife ich deshalb als klare Chance und etwas Schönes, an den Stellen wo's im Ländle noch etwas mufft, mal das Fenster zu öffnen, um frischen Wind reinzubringen.



Amir Kassaei

Migrationshintergrund ist nichts, worauf man sich rausreden sollte. Migrant zu sein bedeutet vor allem eine Verpflichtung. Die Verpflichtung, sich in der neuen Umgebung als Gast auch an die Regeln zu halten und sich anzupassen, und die Verantwortung, sich dreimal so viel anzustrengen, um respektiert zu werden. Als Fremder – gerade wenn man als Heranwachsender in einem anderen Land groß wird – muss man sich erst an das Gefühl gewöhnen und verstehen, dass man mit anderen Augen betrachtet wird und dass man sich den Status „Dazuzugehören“ erarbeiten muss. Nicht mein Hintergrund, aber meine Lebensgeschichte und die Erfahrungen, die ich gemacht habe, waren eine sehr gute Schule.



Erkan Arikan

Während meiner journalistischen Arbeit hatte meine türkische Herkunft keine negativen Auswirkungen. Ganz im Gegenteil: Aufgrund meiner Herkunft habe ich von Hause aus zwei Kulturen leben und erleben gelernt. Durch meine journalistische Ausbildung ist es mir gelungen, mich in vielen Bereichen wie Politik, Wirtschaft und EU-Türkei-Themen zu spezialisieren. Dies war für meine Vorgesetzten immer ein Vorteil. Mit Stolz kann ich sagen, dass das Fachwissen, das ich mir angeeignet habe, eine Bereicherung für meine Arbeit war und ist.



Medienrezeption von Menschen mit Migrationshintergrund

DIE NUTZER WIRKEN MIT

Migration und Integration sind heute zentrale Themen der politischen Kommunikation. Eine wichtige Rolle spielen dabei die Medien. Doch was bewirkt die Medienberichterstattung bei Menschen mit Migrationshintergrund? Der Medienwirkungsforscher Georg Ruhrmann ist der Frage nachgegangen. Ein Ergebnis: Die Mediennutzer sind aktiv daran beteiligt, wie Medien auf sie wirken.

Von Georg Ruhrmann

In Deutschland gibt es bisher erst wenige Studien zu den Fragen, wie Menschen mit Migrationshintergrund Medien nutzen und wie die medial vermittelte Berichterstattung über das Thema Migration auf sie wirkt (vgl. Ruhrmann 2009, siehe unten). Meistens stammen die einschlägigen Studien zu dieser Problematik noch immer aus den USA. Gefragt wird, wie „Inländer“ und Einwanderer die öffentliche Debatte über Migration und Integration bzw. entsprechende Medieninhalte aufnehmen und verstehen. Heute fragen wir: Wie empfinden in Deutschland lebende Migranten das Informationsangebot der deutschen Medien? Inwieweit fühlen sie sich hier berücksichtigt und adäquat repräsentiert? Welche Einflüsse haben Einstellungen, Haltungen und Vorwissen auf die Präferenz und Rezeption bestimmter Inhalte?

In einem Forschungsprojekt konnte gezeigt werden, dass Medien nicht einfach „wirken“; die Rezipienten lassen sie wirken (vgl. Ruhrmann u. a. 2007). In diesem Projekt wurden zunächst TV-Nachrichten über Migranten analysiert und typi-

siert. Die resultierenden Prototypen der Nachrichten sind jeweils hinsichtlich relevanter Merkmale (Akteure, Thema, Bewertungen) in sich homogen, unterscheiden sich aber voneinander deutlich. Die Zuschauer – sowohl Inländer als auch Menschen mit Migrationshintergrund – bekamen dann in einem Experiment ausgewählte Meldungen gezeigt. Deutlich wurde, dass für Migranten besonders die persönliche Relevanz eines Nachrichtenthemas rezeptionsleitend ist. Menschen mit Migrationshintergrund bewerteten die Nachrichten emotionaler und spannender aufgrund ihrer höheren Involviertheit in die Thematik.

An Konflikten beteiligt

Um integrative Prozesse und Konflikte umfassend zu verstehen, sind zuerst die sozialstrukturellen Kontexte zu beachten. Hier finden Auseinandersetzungen um materielle und kulturelle Ressourcen statt, die von Konflikten und Kämpfen um die Deutungsmacht in politischen Diskursen begleitet werden. Medien vermitteln diese nicht nur, sie erzeugen und forcieren

auch entsprechende Kontroversen und können somit Teil des Konfliktes werden, man spricht bisweilen auch von Medien als „vierter Gewalt“. Umso wichtiger wird es, die „Vermittlungsrolle“ oder die „Wirkung“ von Medien nachvollziehen und verstehen zu können.

Allerdings gilt auch: Die bisweilen ange-mahnte „Kultur des Willkommens“ kann den Medien von Wirtschaft und Politik nicht verordnet werden; sie kann sich indes quasi nur als unbeabsichtigte Nebenfolge entsprechender Veränderungen einstellen. Dann und erst dann können journalistisch verbesserte Informationsangebote ihre integrative Funktion entfalten. Nutzung und Rezeption von integrationsrelevanten Themen wird dann auch nicht mehr als öffentlich-rechtliche Belehrung verstanden. Im Rahmen von neuartigen Unterhaltungsangeboten im Fernsehen und Netz kann ein anregender Lernprozess, kann Integration selbst stattfinden.



Prof. Dr. Georg Ruhrmann hat den Lehrstuhl für Grundlagen der medialen Kommunikation und der Medienwirkung am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Friedrich-Schiller-Universität Jena inne.

Ruhrmann, G. (2009): Migranten und Medien. Dokumentation. zum Forschungsstand der wichtigsten Studien über die Mediendarstellung, Nutzung und Rezeption von Migranten und ethnischen Minderheiten von 2003 bis 2009 (mit F. Schulz und S. Eckardt). [http:// www.civismedia.eu/tv/civis/01agenda14.phtml](http://www.civismedia.eu/tv/civis/01agenda14.phtml) .

Ruhrmann, G. / Sommer, D. / Klietsch, H. / Niezel, P. (2007): Medienrezeption in der Einwanderungsgesellschaft. Eine vergleichende Studie zur Wirkung von TV-Nachrichten, Mainz.

Studie zur Mediennutzung

INTERNET HOLT FERNSEHEN EIN

Nutzen junge Menschen mit Migrationshintergrund Medien anders als ihre deutschstämmigen Altersgenossen? Und gibt es vielleicht sogar Unterschiede je nach Länderherkunft? Diesen Fragen sind Medienwissenschaftler in einer repräsentativen Studie nachgegangen. Ein Ergebnis: Es wäre falsch, von Defiziten bei der Medienkompetenz zu sprechen, die rein aus der Herkunft abzuleiten wären. Ein weiteres Resultat: Die jungen Menschen schauen gerne fern, aber das Internet wird immer wichtiger.

Von Annett Heft

Die Rolle der Mediennutzung für die soziale Integration von Menschen mit Migrationshintergrund steht in Deutschland ebenso wie die Frage nach deren Medienkompetenz seit längerem im Fokus politischer Debatten. Mit beiden Themenkomplexen befasst sich eine aktuelle, im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen durchgeführte Studie. Sie liefert Basisdaten zur Mediennutzung, Medienkompetenz und sozialen Integration junger Menschen mit türkischem Migrationshintergrund sowie russischer Aussiedler in Nordrhein-Westfalen im Alter zwischen zwölf und 29 Jahren. Dazu wurden im Herbst 2008 in zwei repräsentativen Telefonumfragen jeweils rund 300 Jugendliche und junge Erwachsene dieser Gruppen interviewt. Die Studie analysiert nicht nur die Nutzung der klassischen Massenmedien, sondern legt ein besonderes Augenmerk auf den Umgang der jungen Migranten mit Internet, Computer und weiteren digitalen Medien.

Trotz unterschiedlicher Migrationstraditionen gleichen sich die türkischstämmigen jungen Menschen und die russischen Aussiedler in vielerlei Hinsicht. Das Fernsehen ist in beiden Befragtengruppen das wichtigste Massenmedium, aber auch Internet und Computer gehören für rund zwei Drittel der Befragten zum alltäglichen Medienumgang. Deutlich geringer ist dage-

gen die Bedeutung von Radio und Zeitung für die jungen Migranten. Nur 20 Prozent der russischen Aussiedler und 28 Prozent der türkischstämmigen Befragten lesen regelmäßig eine Zeitung.

Weniger Radio und Zeitung

Innerhalb des soziodemografischen Submilieus dieser zwei Einwanderergruppen zeigen sich interessante Differenzierungen. So sind es in beiden Gruppen vor allem die Jüngeren bis 19 Jahre, die sich nicht als Radiohörer und Zeitungsleser hervortun. Und unabhängig vom Migrationshintergrund nehmen die Nutzungswerte für Internet und Computer mit zunehmendem Bildungsstatus deutlich zu, sie liegen bei den Gymnasiasten um rund 20 Prozentpunkte über denen der Hauptschüler.

Eine besondere Rolle spielt dagegen der Faktor Geschlecht bei den türkischstämmigen jungen Menschen. Die männlichen Befragten nutzen Internet und Computer intensiver als ihre weiblichen Altersgenossen. Bei den Aussiedlern findet sich keine solche Differenz. Als weitere Besonderheit zeigt sich, dass sich die russischen Aussiedler stärker und häufiger exklusiv den deutschen Medien zuwenden, während die türkischstämmigen Befragten stärker kombinieren und seltener auf Medien aus

ihrem türkischen Herkunftskontext verzichten.

Die Studie vergleicht die Befunde der Telefonumfragen für die Zwölf- bis 19-Jährigen beider Migrantengruppen zudem mit Daten für gleichaltrige deutschsprachige Jugendliche der Gesamtbevölkerung. Im Detail zeigen sich dabei durchaus Unterschiede zwischen den Befragten mit und ohne Migrationshintergrund.

Keine Kluft

Bei den klassischen Massenmedien betrifft das vor allem Radio und Zeitung. Die Nutzungszahlen sind hier bei den Jugendlichen aus der Gesamtbevölkerung erheblich höher als bei denjenigen mit Migrationshintergrund, wobei die unterschiedlichen Bildungsniveaus zwischen den verglichenen Populationen eine große Rolle spielen dürften. Die Jugendlichen aus der Gesamtbevölkerung nutzen darüber hinaus häufiger den Computer und das Internet, und sie tun dies auch etwas stärker in Verbindung mit einer funktionalen Nutzung für Schule, Ausbildung und Beruf.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es falsch wäre, von einer Kluft zwischen der Mediennutzung und Medienkompetenz junger Migranten auf der



Trotz unterschiedlicher Migrationstraditionen gleichen sich die türkischstämmigen jungen Menschen und die russischen Aussiedler in vielerlei Hinsicht.

einen und ihrer Altersgenossen in der Gesamtbevölkerung auf der anderen Seite zu sprechen. Zwar gibt es bei den jungen Migranten einige für ihren jeweiligen Migrationshintergrund typische Besonderheiten bei der Auswahl der Inhalte und der Intensität der Nutzung von Massen- und Individualmedien. Zur Bedeutung der migrationspezifischen Milieufaktoren kommen jedoch weitere soziale Faktoren wie der sozioökonomische Status oder die formale Bildung hinzu, die die Lebenswelt von jungen Migranten maßgeblich bestimm-

men. Man muss also an Problemfeldern anknüpfen, die nicht primär, aber sekundär durch den Migrationshintergrund der Jugendlichen bedingt sind. Ein Befund, der gegebenenfalls für etwas mehr Gelassenheit auf dem Feld der medienbezogenen Migrationsspolitik spricht.

Annett Heft ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin.

Die Studie „Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund. Umfragen und Gruppendiskussionen mit Personen türkischer Herkunft und russischen Aussiedlern im Alter zwischen 12 und 29 Jahren in Nordrhein-Westfalen“ von Prof. Dr. Joachim Trebbe, Annett Heft und Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß ist im April 2010 als Band 63 in der Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen erschienen.

Nach innen und außen -

BUNDESPRESSE MACHT IQ-THEMEN BEKANNT

Interview mit Susanne Kasten, Regierungsdirektorin im Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA)

Von Claudia Moravek



Quelle: BPA

Berichtet das BPA über die berufliche Integration von Migranten?

Die berufliche Integration der Menschen mit Migrationshintergrund entscheidet immer mehr über den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Wirtschaftskraft Deutschlands. Zudem nimmt die internationale Zusammenarbeit weiter zu, und dadurch wird das interkulturelle Verständnis immer bedeutender. Damit Integration besser gelingt, setzt sich die Bundesregierung dafür ein, dass alle verstehen, welchen Nutzen Teilnahme und Teilhabe der Menschen mit Migrationshintergrund an der Gesellschaft mit sich bringen. Dies zu vermitteln, ist unsere Aufgabe.

Die berufliche Integration der Menschen mit Migrationshintergrund entscheidet immer mehr über den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Wirtschaftskraft Deutschlands.

Wie werden Migranten in den deutschen Medien dargestellt?

Menschen mit Migrationshintergrund kommen in den verschiedensten Zusammenhängen in deutschen Medien vor. Was die Darstellung der Integration in den Arbeitsmarkt anbelangt, schneiden Menschen mit Migrationshintergrund eher schlechter ab. Meines Erachtens zu Unrecht. Denn gelungene Beispiele für berufliche Integration gibt es sehr viel mehr, als man aufgrund der Medienberichterstattung meinen könnte.

Über welche Themen des IQ-Netzwerks haben Sie schon berichtet?

Das Netzwerk IQ kenne ich seit den Anfängen in 2005. Seit dieser Zeit berichtet auch das BPA auf den unterschiedlichsten Wegen immer wieder über die Arbeit des Netzwerks. Zunächst hat das Netzwerk Instrumente zur besseren Integration der Menschen mit Migrationshintergrund auf dem Arbeitsmarkt erarbeitet. Inzwischen geht es um die bundesweite Verankerung der Modelle. Viele Beispiele flossen bereits in die Kommunikation des BPA ein – so zum Beispiel die Themen „Deutsch am Arbeitsplatz“, Existenzgründung von Migranten, Kompetenzfeststellung gegen „Brain Waste“ oder auch die Bedeutung von interkultureller Öffnung. Weitere werden folgen!

Susanne Kasten, Regierungsdirektorin im Presse- und Informationsamt der Bundesregierung

Was macht das BPA?

Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung ist die Informationszentrale der Bundesregierung. Es informiert nach außen und nach innen: Nach außen, indem es den Bürgerinnen und Bürgern sowie den Medien die Vorhaben der Bundesregierung erläutert. Nach innen, indem es die Bundesregierung und den Bundespräsidenten über die aktuellen Nachrichten des In- und des Auslandes auf dem Laufenden hält. Meine Aufgabe umfasst dabei die Öffentlichkeitsarbeit zu Fragen des Arbeitsmarktes und der Sozialpolitik.

WAS WIR SEHEN



Thierry André Marcel

37 Jahre, Key Account Manager
Geboren in Paris

Welche Sendungen schauen Sie sich am liebsten an (Nachrichten, Spielfilme, Shows usw.)?

Ich schaue mir oft die Tagesschau an. Darüber hinaus sehe ich „CSI NY/Miami-Den Tätern auf der Spur“, weil ich das unterhaltend finde und ich generell Krimis mag. Mir gefallen auch Abenteuer- und Science-Fiction-Filme wie „Herr der Ringe“, „Star Wars“ oder „Dunes“. Zum Mitraten und wegen Günther Jauch sehe ich „Wer wird Millionär“. Alle Informationen der Bundesliga bekomme ich kompakt bei DSF „Bundesliga pur“ und „Bundesliga aktuell“. Eurosport „Eurogoal“ schalte ich ein, um zu sehen, wie die französischen und alle anderen internationalen Mannschaften gespielt haben.

Welche Sender nutzen Sie am häufigsten in deutscher und welche in der eigenen Landessprache?

Ich sehe ARD, RTL, VOX, DSF, Eurosport. Ich schaue fast nur deutsches Fernsehen. Wir empfangen nur TV5 auf Französisch.

In welcher Sprache schauen Sie grundsätzlich am liebsten Fernsehsendungen?

Französisch würde ich grundsätzlich lieber sehen, da ich auf Deutsch nicht immer alles verstehe.



Juliana de Abreu

25 Jahre, Mode-Studentin
Herkunft: Brasilien
In Deutschland seit neun Jahren

Welche Sendungen schauen Sie sich am liebsten an (Nachrichten, Spielfilme, Shows usw.)?

Da ich neben meinem Studium noch arbeite, habe ich kaum Zeit fernzusehen. Aber wenn ich es tue, dann abends die Kurz-Nachrichten, da ist es egal, ob ZDF, RTL, ProSieben oder ein anderer Sender läuft. Ansonsten schaue ich gerne amerikanische Serien wie „Sex and the City“. Brasilianische Sender empfangen ich nicht.

Welche Sender nutzen Sie am häufigsten in deutscher und welche in der eigenen Landessprache?

In eigener Landessprache keine. Da ich kaum zu Hause bin, möchte ich nicht noch zusätzlich für brasilianische Sender bezahlen. Am häufigsten sehe ich Stefan Raab – eben weil die Sendung kommt, wenn ich zu Hause bin. Aber meist läuft der Fernseher bei mir nur nebenbei.

In welcher Sprache schauen Sie grundsätzlich am liebsten Fernsehsendungen?

Am liebsten auf Englisch, wenn ich Filme sehe. Wichtig ist, dass ich die Inhalte verstehen kann. Es sollte schon eine Sprache sein, die ich sprechen kann – oder die ich zumindest verstehe und/oder die ich lernen will.



Liliana Rades-Guevara

Krankenschwester
Herkunft: Chile

Welche Sendungen schauen Sie sich am liebsten an (Nachrichten, Spielfilme, Shows usw.)?

Ich schaue mir Spielfilme an und Serien wie „Dr. House“, „Grey’s Anatomy“, „Desperate Housewives“, „Private Practice“. Außerdem sehe ich Tagesschau, Tagesthemen und Talkshows wie Anne Will, Maischberger und Beckmann. Die schaue ich, um mich politisch zu informieren. Reportagen (BBC) schalte ich ebenfalls gerne ein aus den Bereichen Naturwissenschaft, Medizin und Astronomie. Zum Mitraten und zur Unterhaltung sehe ich noch „Wer wird Millionär?“.

Welche Sender nutzen Sie am häufigsten in deutscher und welche in der eigenen Landessprache?

Leider empfangen ich keine spanischsprachigen Sender. Also schaue ich ARD (Nachrichten, Reportagen), RTL und ProSieben. Außerdem mag ich noch den Sender Arte.

In welcher Sprache schauen Sie grundsätzlich am liebsten Fernsehsendungen?

In Deutsch und Spanisch. Aber spanische Sender kann ich hier leider nicht sehen. Vormittags läuft bei mir allerdings nur Radio (WDR 2 und 5) und TV nur abends.

WEGWEISER ZUR ANERKENNUNG AUSLÄNDISCHER ABSCHLÜSSE

Von Gwendolyn Paul



Foto: Anita Schiffer-Fuchs

Ärzte, die Taxi fahren, Techniker, die zu Hilfsarbeitern werden, oder Lehrerinnen, die als Putzfrau arbeiten – das ist die berufliche Realität vieler Migrantinnen und Migranten in Deutschland. Fachkräfte arbeiten weit unterhalb ihrer Qualifikation, weil ihre im Ausland erworbene Ausbildung nicht anerkannt wird. Bisher gibt es keine bundeseinheitlichen Regelungen und keinen einheitlichen Anspruch auf Anerkennung. Das soll sich ändern: In diesem Jahr will die Bundesregierung ein Anerkennungsgesetz verabschieden, was 2011 in Kraft treten soll. Aber auch schon jetzt gibt es Beratungsstellen, die Migranten bei Fragen zur Anerkennung von ausländischen Abschlüssen informieren und unterstützen.

Das Informationsportal www.berufliche-erkennung.de ist seit April 2008 online. Es zeigt, wie Anerkennungsverfahren in der Praxis ablaufen, und erklärt die unterschiedlichen Wege zur Anerkennung je nach Berufsabschluss. In Deutschland führen je nach Bundesland unterschiedliche Behörden, Ministerien, Kammern und Berufsorganisationen Anerkennungsverfahren durch. Das Onlineportal hilft als Wegweiser, die jeweils richtige Stelle am richtigen Ort zu finden.

Die Resonanz ist groß: Die Besucherzahl steigt seit 2009 stetig, auf durchschnittlich 2500 Besucher pro Monat. Aktuell liegt die Besucherzahl zwischen 3000 und 4000 im Monat. Migrantinnen und Migranten mit Abschlüssen aus über 70 Staaten haben das Angebot der Anerkennungsberatung bisher genutzt, fast 60 Prozent der Beratungsanfragen betrafen dabei akademische Abschlüsse.

Das zukünftige Anerkennungsgesetz soll für alle Inhaber von ausländischen Qualifikationen Anerkennungsverfahren vereinfachen und Verfahrensansprüche ermöglichen. Für die Beratung bedeutet das, dass Beratungsangebote für qualifizierte Zuwanderer ausgebaut werden müssen. Auch www.berufliche-erkennung.de soll weiter ausgebaut werden und Anerkennungsstellen dazu motivieren, ihre

Websites auf die Informationsbedürfnisse von Migranten, aber auch Unternehmen auszurichten. „Service-Angebote wie Anerkennungs- und Bildungsberatung sind ein wichtiger Aspekt der Willkommenskultur eines Aufnahmelandes. Beispiele aus anderen Ländern zeigen, dass wir in diesen Bereichen noch Nachholbedarf haben“, so Dr. Bettina Englmann, Projektleiterin im Projekt „Global Competences“.

Das Informationsportal www.berufliche-erkennung.de wurde im Rahmen des Projekts „Global Competences“ im Netzwerk „Integration durch Qualifizierung (IQ)“ aufgebaut. Grundlage sind die Erkenntnisse der Studie „Brain Waste“, die erstmals umfassend die Anerkennung ausländischer Qualifikationen in Deutschland analysiert und Vergleiche zur Praxis anderer Länder zieht. Mit dem Portal ist ein bundesweites Modellprojekt zur Anerkennungsberatung verknüpft, das sich an Migranten, Berater und Unternehmen richtet.



www.berufliche-erkennung.de

WAS WIR SEHEN



Renate Jacobsohn

50 Jahre, Bibliothekarin
Geburtsort: Bogotá, Kolumbien
Seit zwölf Jahren in Deutschland

Welche Sendungen schauen Sie sich am liebsten an (Nachrichten, Spielfilme, Shows usw.)?

Ich schaue Nachrichten im ZDF und bei der ARD auf Deutsch und auf Englisch bei BBC und CNN. Nachrichtensendungen finde ich sehr interessant, besonderes wenn ich sie in beiden Sprachen sehen kann, dann kann ich vergleichen. Außerdem sehe ich noch den Tatort gern, weil es da keine Werbung gibt und auch, weil ich die Sendung gut finde.

Welche Sender nutzen Sie am häufigsten in deutscher und welche in der eigenen Landessprache?

Tatort und die Samstag- und Sonntag-Kinofilme vor allem auf den öffentlich-rechtlichen Sendern. Die sind dann fast immer ohne Werbung, das finde ich gut. Ich sehe aber auch ProSieben oder Arte. In der eigenen Sprache empfangen ich fast keine Sendungen.

In welcher Sprache schauen Sie grundsätzlich am liebsten Fernsehsendungen?

Ich würde sagen, 99 Prozent der Zeit, die ich vor dem Fernseher verbringe, schaue ich Sendungen in deutscher Sprache. Es gibt im Kabelfernsehen ja nur die Option, in deutscher Sprache zu sehen.



Yrving Castillo

50 Jahre alt, Chemieingenieur
Herkunft: Venezuela

Welche Sendungen schauen Sie sich am liebsten an (Nachrichten, Spielfilme, Shows usw.)?

Ich sehe gerne Spielfilme aber nur als reines Entertainment, auch Fernsehfilme, Tatort, aber keine Horrorfilme. Nachrichten und Reportagen schaue ich zur Information und für die allgemeine Bildung. Shows wie „Wer wird Millionär“ oder „Deutschland sucht den Superstar“ schalte ich ebenfalls ein, und beim Sport interessieren mich die Formel 1, Fußball, Olympische Spiele und Weltmeisterschaften. Serien sehe ich ebenfalls gerne, zum Beispiel „CSI“, „Dr. House“, „Monk“ und andere.

Welche Sender nutzen Sie am häufigsten in deutscher und welche in der eigenen Landessprache?

Ich schaue ARD, ZDF, SAT1, RTL, ProSieben, Sport 1, Eurosport, weil diese Sender alles bieten. In eigener Landessprache empfangen ich keine Fernsehsender.

In welcher Sprache schauen Sie grundsätzlich am liebsten Fernsehsendungen?

In Deutsch und manchmal auch in Englisch, das hat aber keinen speziellen Grund.



Aylin Gençer

29 Jahre, Kellnerin
In Deutschland geboren
und aufgewachsen
Deutsche Mutter, türkischer Vater

Welche Sendungen schauen Sie sich am liebsten an?

Nachrichten schaue ich über die öffentlich-rechtlichen Sender. Ansonsten sehe ich sehr gerne Dokumentationen aus den Bereichen Geschichte, Wissenschaft, Mensch – eigentlich alles. Spielfilme schaue ich gerne.

Welche Sender nutzen Sie am häufigsten in deutscher und welche in der eigenen Landessprache?

Ich schaue eigentlich nur deutschsprachige Sender wie ARD, WDR, ZDFdoku, ZDF-Neo bis hin zu VOX und RTL. Eigentlich alle, auch schon mal auf Englisch, dann CNN. Ich habe keinen Lieblingssender. Wenn mich etwas interessiert, schalte ich ein und nicht, weil es ein bestimmter Sender ist.

In welcher Sprache schauen Sie grundsätzlich am liebsten Fernsehsendungen?

Ich schaue am liebsten in deutscher Sprache Fernsehen. Türkisches Fernsehen ist schrecklich kitschig (lacht). Das ist ein anderer Humor, andere Geschichten, einfach sehr unterschiedlich zum deutschen Fernsehen. Türkisches Fernsehen schaue ich höchstes bei meinem Vater, weil er es laufen hat. Aber das ist auch schon lange her.



Sibel Kekilli

BEWUSST ZWISCHEN ALLEN STÜHLEN

Wenn ein Kinofilm das Thema „Multikulti“ oder „Deutschtürken“ behandelt, ist Sibel Kekilli ganz oben auf der Wunsch-Besetzungsliste der Regisseure. Doch die ausgezeichnete Schauspielerin will sich nicht auf Türken-Rollen beschränken lassen.

Von Anja Kühner

Einen „ordentlichen“ Beruf hatte sie zunächst gelernt: Als Verwaltungsfachangestellte war Sibel Kekilli in ihrer Heimatstadt Heilbronn zuständig für die Müll-Entsorgungsbetriebe. An einer Supermarkt-Kasse wurde sie als Schauspielerin entdeckt. Ihre erste Rolle spielte sie 2004 in Fatih Akins Film „Gegen die Wand“. Sowohl der Film als auch sie als Hauptdarstellerin wurden mit Preisen ausgezeichnet. Im Nachklapp der Berlinale sorgte damals die Berichterstattung der Bild-Zeitung für Aufregung, die Kekillis Mitwirken in Pornofilmen publik machte. Ihre Eltern brachen daraufhin den Kontakt zu ihr ab – bis heute.

Im Frühjahr kam das Ehrenmord-Drama „Die Fremde“ in die deutschen Kinos. In dem Film von Feo Aladags spielt sie eine junge Türkin, die von ihrer Familie verstoßen wird, als sie ihren gewalttätigen Ehemann verlässt. Die Kritiker rühmen ihre Schauspielkunst als zart und emotional, aber gleichzeitig selbstsicher die dargestellten Charaktere treffend. Das Ehrenmord-Thema berührt sie; Kekilli engagiert sich für „Terre des Femmes“ gegen häusliche Gewalt. Mit deutlichen Worten prangert sie Missstände an: „Ich habe selbst erlebt, dass körperliche und seelische Gewalt in einer muslimischen Familie als normal angesehen wird. Leider gehört Gewalt im Islam zum Kulturgut“, sagte sie 2006 auf einer Veranstaltung der türkischen Zeitung Hürriyet in Berlin – und stieß damit den türkischen Generalkonsul derart vor den Kopf, dass dieser die Veranstaltung unter Protest verließ.

Bild und Realität

Sehr direkt und in gewisser Weise undiplomatisch sprach die heute 30-Jährige in einem Spiegel-Interview das aus, was viele im Stillen denken: „Das Islambild in den deutschen Medien wird überwiegend von den hier lebenden türkischen Gemeinden bestimmt, die sich nicht so schnell weiterentwickelt haben wie die Türken in der Türkei.“

Hinzu komme, dass vor allem die jungen Leute hier erlebten, dass sie immer noch nicht im Land akzeptiert werden. „Als südländisch aussehender Junge kommt man hier in kaum einen Club rein, ein Mann mit türkischem Namen bekommt niemals die Wohnung, für die sich gleichzeitig ein Deutscher beworben hat“,

erzählte Kekilli. So sei für sie klar, dass da viele immer frustrierter würden und sich weiter zurückzögen. Sie habe immer nur Familien gekannt, wo Mädchen nicht alles durften. „Das habe ich als Freiheitsberaubung gesehen“, sagte die Schauspielerin 2004 bei „Beckmann“ – vor allem, weil die Brüder eben alles durften.

„Das Islambild in den deutschen Medien wird überwiegend von den hier lebenden türkischen Gemeinden bestimmt, die sich nicht so schnell weiterentwickelt haben wie die Türken in der Türkei.“

Mit ihren eindeutigen Aussagen setzt sie sich bewusst zwischen alle Stühle. „Ich bin keine Migrationsbeauftragte“, sagte sie denn auch Anfang dieses Jahres in einem Spiegel-Interview. „Ich suche auch gar keinen Zugang zu der verschlossenen türkischen Gemeinschaft.“ Aber ihre türkische Herkunft leugne sie auch nicht: „Die türkische Sprache ist sehr poetisch, die Musik unglaublich schön, und die Menschen sind sehr warmherzig. Das ist mir sehr wichtig, genau wie die Disziplin, das Freidenkende und die Toleranz – die Werte, die ich von den Deutschen habe.“

Häufig gebe es zwischen Türken und Deutschen kein Miteinander, sondern nur ein Nebeneinander, bedauerte sie in einem Interview der „Süddeutschen Zeitung“, das sich auf ihren Film „Die Fremde“ bezog. „Man müsste einfach mehr aufeinander zugehen.“

Sibel Kekilli lebt heute in Hamburg. „Sie ist deutsch, fühlt deutsch, hat einen deutschen Pass“, fasste es die Tageszeitung „Die Welt“ zusammen. Nur „das komische Etikett von Deutschtürken nervt sie“.

Medienpreise sollen Integration fördern

BILDUNGSWEGE VON MIGRANTEN SICHTBAR MACHEN

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) hat jetzt den **Kausa Medienpreis 2010** ausgeschrieben. Die erbetenen Beiträge sollen „Gesichter und Geschichten von Menschen unterschiedlichster Herkunft bekannt machen, die von ihrer Ausbildung in Deutschland erzählen“, teilt das Ministerium mit. Angesprochen sind junge Journalisten, die passende Print-, Online-, Hörfunk- oder TV-Beiträge bis zum 15. September einreichen können. Die Sieger bekommen Geldpreise im Gesamtwert von 25.500 Euro und können an einer dreitägigen Journalistenreise nach Istanbul teilnehmen.

Die Koordinierungsstelle Ausbildung bei Selbstständigen mit Migrationshintergrund – Kausa – des Förderprogramms Jobstarter organisiert den Wettbewerb. Mehr Informationen, Ansprechpartner und Teilnahmebedingungen sind im Internet zu finden:

www.kausa-medienpreis.de



**KAUSA
MEDIENPREIS
2010**

Mit dem Kausa-Medienpreis will das Bundesbildungsministerium (BMBF) den journalistischen Nachwuchs unterstützen, erklärt Seda Rass-Turgut, Leiterin von Kausa und Initiatorin des Medienpreises.

Warum vergibt das BMBF-Programm Jobstarter/Kausa einen Medienpreis?

Medien berichten nicht nur über Integration, sie leisten auch einen entscheidenden Beitrag zur Integration. Die Förderung der beruflichen Integration von Migrantinnen und Migranten ist schon lange ein Anliegen des BMBF. Hier ist in den letzten Jahren viel geschehen. Mit dem Kausa Medienpreis 2010 wollen wir den journalistischen Nachwuchs unterstützen und zu einer differenzierten Berichterstattung über kulturelle Vielfalt in Berufsbildung und Arbeitswelt beitragen.

Wieso wollen Sie Bildungswege von Migranten bekannt machen?

Migranten leisten sowohl als Unternehmerinnen und Unternehmer als auch als Auszubildende einen entscheidenden Beitrag auf dem Ausbildungs- und Arbeitsmarkt in Deutschland. Unsere Erfahrungen mit Mi-

granten in den Jobstarter-Projekten sind durchweg positiv. Doch ihre Bildungswege sind sehr vielfältig und oft mit Stolpersteinen verbunden. Trotz oder gerade wegen widriger Umstände sind hier viele Erfolgsgeschichten zu erzählen. Und die möchten wir hören, lesen und sehen.

Wer oder was ist Kausa?

Kausa ist die Koordinierungsstelle Ausbildung bei Selbstständigen mit Migrationshintergrund und ein Programmbereich des Ausbildungsstrukturprogramms Jobstarter beim Bundesinstitut für Berufsbildung. Finanziert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und dem Europäischen Sozialfonds fördert Jobstarter die Entwicklung von Ausbildungsplätzen in allen Regionen Deutschlands. Seit 2006 wurden mit über 220 Projekten deutschlandweit 42.000 Ausbildungsplätze geschaffen. Der Programmbereich Kausa

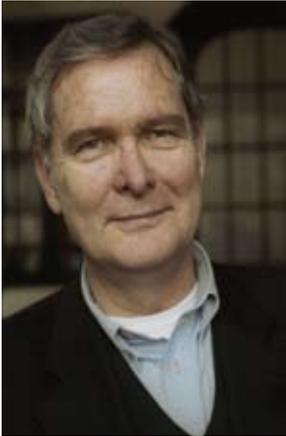


Foto: Jürgen H. Krause/Jobstarter

Seda Rass-Turgut

unterstützt über 30 Projekte, die bei Betriebsinhaberinnen und -inhabern fast 3.000 Ausbildungsplätze für Jugendliche mit und ohne Migrationshintergrund geschaffen haben.

INTEGRATION BESSER ALS IHR RUF



Sowohl Einwanderer als auch Menschen ohne Migrationshintergrund zeigen in Deutschland ein pragmatisches Verhältnis zu Integrationsfragen und ein gegenseitiges Grundvertrauen. Zu diesem Ergebnis kommt das erste Jahresgutachten des Sachverständigenrats deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR). Nach dem SVR-Integrationsbarometer, einer repräsentativen Befragung von mehr als 5.600 Personen, läuft die Integration

im gesellschaftlichen Alltag weitgehend auf Erfolgskurs, vor allem im europäischen Vergleich.

Zuwanderer vertrauen demnach den Deutschen zum Teil mehr als der eigenen Herkunftsgruppe und mitunter sogar mehr als die Deutschen sich selbst. Der mit dem Integrationsbarometer erstmals gemessene Integrationsklima-Index (IKI) registriert einen positiven Mittelwert: Auf einer Skala von 0 (sehr schlecht) bis 4 (sehr gut) liegt der IKI für das Jahr 2009 bei 2,77 (Mehrheitsbevölkerung) und sogar bei 2,93 (Zuwandererbevölkerung).

„Integration in Deutschland ist, trotz einiger Problemzonen, gesellschaftlich und politisch ein Erfolgsfall. Sie ist im internationalen Vergleich viel besser als ihr Ruf im Land.“ Dieses Fazit zog der SVR-Vorsitzende, Prof. Dr. Klaus J. Bade, bei der Vorstellung des Gutachtens. Die vom SVR präsentierten Einschätzungen und Ergebnisse widersprechen damit dem Schreckbild einer „gescheiterten Integration“.

Das Expertengremium mahnt Nachhol- und Reformbedarf auf politischen Baustellen an: Der „Problemstau im Bildungsbereich bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund“ belaste den Arbeitsmarkt und könne den sozialen Frieden gefährden, heißt es in der Pressemitteilung des SVR. Die Migrationsverhältnisse verschärfen den Fachkräftemangel am Arbeitsmarkt und den Reformdruck auf die Sozialsysteme. Die Sachverständigen fordern eine gezielte, auch nachholende Bildungs- und Qualifikationsoffensive, die Förderung qualifizierter und bedarfsorientierter Zuwanderung sowie eine selbstkritische Auseinandersetzung mit den Motiven der zunehmenden Abwanderung von Qualifizierten.

Prof. Klaus J. Bade Der Migrationsforscher, Publizist und Politikberater lebt in Berlin und ist Vorsitzender des Sachverständigenrates deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR).

FILMPRODUZENTEN UNTERZEICHNEN CHARTA



Die deutsche Film- und Fernsehbranche setzt verstärkt auf die Beschäftigung von Migranten. 40 Mitglieder der „Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen“ haben sich im Frühjahr der „Charta der Vielfalt“ angeschlossen. Die Allianz hat rund 150 Mitglieder und vertritt die wichtigsten deutschen Produktionsunternehmen aus den Bereichen Animation, Kinofilm, TV-Entertainment und TV-Fiktion.

„Vielfalt, Toleranz, Fairness und Wertschätzung: Wir Film- und Fernsehproduzenten transportieren diese Themen in unseren Kino- und Fernsehfilmen, Serien und Shows zu Millionen von Menschen, und ich bin sicher, dass die Botschaft ankommt“, sagt Alexander Thies, Vorsitzender des Produzentenallianz-Vorstands.

Mehr im Internet: www.produzentenallianz.de

MEDIENMACHER WOLLEN MEHR VIELFALT



Jeder fünfte Einwohner im Land, aber nur jeder fünfzigste Journalist besitze einen Migrationshintergrund, sagen die Gründer der Initiative Neue Deutsche Medienmacher: „Die Vielfalt unserer Einwanderungsgesellschaft findet sich weder in der Berichterstattung noch in den Redaktionsräumen wieder.“

Der Verein setzt sich daher dafür ein, dass mehr Journalisten mit Migrationshintergrund in den verschiedenen Bereichen und Ebenen der Medien tätig werden, zum Beispiel auch als Ressortleiter und Chefredakteure: „Wir wollen mehr Kolleginnen und Kollegen mit Migrationshintergrund nicht nur vor und hinter der Kamera und dem Mikrophon und an den Redaktionstischen, sondern auch in den Planungsstäben, Führungsetagen und Aufsichtsgremien.“

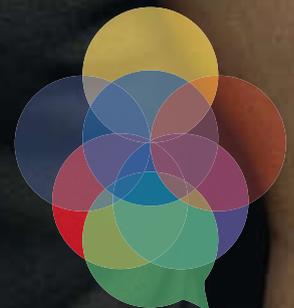
Mehr im Internet: www.neue-medienmacher.de

Hadnet Tesfai,
Moderatorin, Journalistin und DJane

**RAUS MIT DER SPRACHE.
REIN INS LEBEN.**

ich-spreche-deutsch.de

Eine Initiative des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ)
für Integration und das Erlernen der deutschen Sprache.



**DEUTSCHLANDSTIFTUNG
INTEGRATION**