

3.10. Diversität und Medien

FRIEDERIKE SITTLER

Abstract

Der Ruf nach Vielfalt in den Medien ist deutlich zu vernehmen. Indes fehlen Daten zum Ist-Stand und Klarheit, worüber gesprochen wird. Zum einen unterliegt der Begriff oft einer Engführung auf den Migrationshintergrund oder gar auf den Teil der Bevölkerung, der aufgrund äußerer Merkmale wie Hautfarbe besonders von Rassismus betroffen ist. Kriterien wie soziale Herkunft, Bildung, Behinderung, Sexualität werden vernachlässigt. Zum anderen ist der Journalismus geprägt durch weiße, männliche Eliten. Diese könnten die Forderung nach Diversität als Alibi dafür nehmen, die Forderung nach Parität weiterhin nicht umzusetzen. Die Zukunftsaufgabe lautet: Jüngere aus allen Schichten der Gesellschaft, aufgewachsen mit stark meinungsbasierten digitalen Medien, für den Beruf Journalist:in zu gewinnen.

Schlagworte: Berufsethos Journalist:in, Intersektionalität, Eliten, Parität, Migrations-VORDERgrund, Integrationsvolontariat

The call for diversity in the media can be clearly heard. However, there is a lack of data on the status and clarity of what is being discussed. On the one hand, the term is often limited to the migrant background or even to the part of the population that is particularly affected by racism due to external characteristics such as skin color. Criteria such as social origin, education, disability, sexuality are neglected. On the other hand, journalism is shaped by white, male elites. They could use the demand for diversity as an alibi for continuing to fail to implement the demand for parity. The future task is to attract young people from all walks of life who have grown up with strongly opinion-based digital media to become journalists.

Keywords: Professional ethics, journalist, intersectionality, elites, parity, migration foreground, integration traineeship

3.10.1. Einleitung

„Deutschland ist bunt geworden, nur die Medien nicht.“ Dies behaupten die neuen deutschen medienmacher*innen (vgl. ndm 2020a), die sich als Interessenvertretung von Medienschaffenden mit Migrationsgeschichte verstehen.

Diese These vereinfacht die Situation in der deutschen Medienbranche und basiert auf unzureichendem Datenmaterial. Dabei ist das Grundanliegen „mehr Vielfalt“ in den großen deutschen Medienunternehmen unbestritten, ähnlich wie die Forderung nach Parität. Es hapert aber an klaren Zielen und Zahlen.

Zunächst gilt es, herauszuarbeiten, was mit „Diversität“ oder auch „Vielfalt“ oder „bunt“ jeweils gemeint ist, welche Definitionen den Begriffen „Migrationshintergrund“, „weiß“ versus „schwarz“ zugrunde gelegt sind und in welchem Maß sich der Forschungsansatz „Intersektionalität“ auf die Personalstruktur von Medienunternehmen anwenden lässt.

Daraus ergibt sich die Frage, welche Förderungsmaßnahmen und Programme es für den Nachwuchs gibt, und es wird herauszuarbeiten sein, dass die Forderung nach Vielfalt nicht die Umsetzung der Forderung nach Parität ersetzen darf. Weitere Aspekte sind die herkömmlichen journalistischen Standards („journalistisches Handwerk“) und die Anforderung objektiver Berichterstattung versus stark haltungsgetriebener digitaler Medien wie Twitter, Facebook, Instagram oder auch Podcasts, Blogs und YouTube-Formate. Mit diesen Medien groß gewordene junge Menschen treffen unter Umständen auf Erwartungen in traditionsreichen Print-, Hörfunk- und Fernsehmedien, die diese nicht bereit sind, zu erfüllen.

Während noch vor wenigen Jahren weitaus mehr Bewerbungen als offene Stellen und Ausbildungsangebote vorhanden waren, macht sich der Nachwuchsmangel auch im Journalismus bemerkbar. Eine Festanstellung bei einer überregionalen Zeitung oder einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt ist nach wie vor begehrt, aber beispielsweise aus dem Lokaljournalismus im ländlichen Raum und in den journalistischen Ausbildungsgängen ist zu hören, dass die Zahl der Bewerbungen, vor allem der gut qualifizierten, zurückgegangen ist.

Claus Liesegang beispielsweise, Chefredakteur der „Märkischen Oderzeitung“, sagte dazu im Februar 2019 im Deutschlandfunk:

„Insgesamt ist es, glaube ich, schwieriger geworden, und die Anzahl der Bewerber ist deutlich zurückgegangen. Bei uns kommt herausfordernd hinzu, dass Brandenburg, insbesondere Ostbrandenburg, jetzt nicht so die Magnetwirkung hat wie vielleicht eine Metropole. Die Anforderungen an die Unternehmen nehmen sicher zu.“ (Schneider 2019)

Beim Nachdenken über Diversität in den Medien ist mein Ansatz nicht der einer Wissenschaftlerin, sondern einer seit 25 Jahren im öffentlich-rechtlichen Rundfunk tätigen Journalistin, davon knapp 18 Jahre in Führungsverantwortung. Seit Sommer 2019 bin ich zudem ehrenamtliche Vorsitzende des Journalistinnenbundes e.V., der die Interessen von Frauen im Journalismus vertritt und mit genderleicht.de Wege zum geschlechtergerechten Texten aufzeigt.

3.10.2. Datenmangel und Definitionsprobleme

Der Verdienst des Vereins „ProQuote e.V.“¹ ist es, in den letzten Jahren umfangreiches Datenmaterial zum Anteil von Frauen in Führungsverantwortung in deutschen Medien ermittelt und analysiert zu haben (vgl. ProQuote Januar 2020). Die Gleichstel-

1 Transparenz-Hinweis: Die Autorin ist Mitglied bei ProQuote.

lungsbeauftragten von ARD, ZDF und Deutschlandradio beispielsweise achten seit Jahren in Bewerbungsverfahren für nach Tarif ausgeschriebene Stellen darauf, dass bei gleicher Eignung für eine Position Frauen den Vorzug bekommen, wenn sie in dem jeweiligen Bereich unterrepräsentiert sind. Obwohl der Druck auf Medienunternehmen spürbar gewachsen ist und qualifizierte Frauen nicht mehr ohne Weiteres übergangen werden können, ist die Forderung nach Parität – insbesondere in den Führungspositionen – noch lange nicht erfüllt.

Zur Diversität in den Medien gibt es bislang kein verlässliches Datenmaterial. Die neuen deutschen medienmacher*innen verweisen auf Schätzungen von zwei bis drei Prozent Journalistinnen und Journalisten mit Migrationshintergrund (vgl. ndm 2019, S. 12). Offen ist dabei, was sich unter der von den neuen deutschen medienmacher*innen im Gegensatz dazu gewählten Begrifflichkeit „einheimische Journalisten“ verstehen lässt (vgl. ebd., S. 10).²

Folgende, noch näher auszuführende Probleme ergeben sich:

- Engführung des Begriffs Diversität auf Migrationshintergrund
- Erwartung der Sichtbarkeit von Vielfalt
- Messbarkeit und somit Förderung von Diversität

Engführung

Aufgrund der Geschichte des Konzepts „Diversität“ und der damit zugrunde liegenden Verknüpfung mit der Bürgerrechtsbewegung in den USA und dem Kampf gegen Rassismus spielt auch in den deutschen Diskussionen der Vorwurf des Rassismus gegen Migrantinnen und Migranten eine große Rolle. Unklar bleibt aber nach meiner Beobachtung oftmals, welche Definition der Debatte jeweils zugrunde liegt. Dies wurde erneut deutlich im Zusammenhang mit dem Tod von George Floyd in den USA und der Frage, wie vergleichbar die Situation in den Vereinigten Staaten und in Deutschland ist. Diskutiert wird seitdem in einer neuen Tiefenschärfe, wie der englische Begriff „race“ übersetzt werden kann und ob der Begriff „Rasse“ aus dem Grundgesetz gestrichen werden sollte.

Beim Migrationshintergrund stellt sich die Frage, ob wir über Menschen reden, die gemäß allgemeingültiger Definition seit 1948 eingewandert sind oder ein Elternteil haben, der nicht in Deutschland geboren wurde (vgl. ndm 2019). Dann reden wir insbesondere über Menschen mit türkischem, polnischem, russischem Hintergrund, aber auch über britischen, australischen oder auch syrischen und afghanischen Hintergrund. Ein Migrationshintergrund, der auf den ersten Blick sichtbar sein kann, aber nicht muss. Ein Migrationshintergrund, der zur Diskriminierung führen kann, aber nicht muss.

Das Statistische Bundesamt hat im August 2019 die Zahlen für das Vorjahr veröffentlicht. Danach hatte fast jeder vierte der in Deutschland lebenden Menschen einen Migrationshintergrund. Von den 20,8 Millionen haben 52 % die deutsche Staatsbürgerschaft, 48 % sind statistisch gesehen Ausländer:innen (vgl. Destatis 2019).

2 In ihrem Glossar benennen die neuen deutschen medienmacher*innen selbst, dass der Begriff „Einheimische“ ein schiefes Bild erzeugt, weil viele Eingewanderte und ihre Kinder längst heimisch sind (vgl. ndm 2019, S. 10).

Oder reden wir über Menschen mit anderer Hautfarbe, über „persons of color“ oder auch „black people“? In der Regel werden mit diesen Begriffen Menschen mit dunkler Hautfarbe assoziiert. Unsicherheiten entstehen im breiteren gesellschaftlichen Diskurs, ob mit „color“, „bunt“, „farbig“ auch Menschen beispielsweise mit asiatischen Wurzeln gemeint sind.

Gemäß Definition sind „people of color“ Menschen, die negativ von Rassismus betroffen sind (vgl. Mut gegen rechte Gewalt 2020). Dies kann dazu führen, dass im Zuge des intersektionalen Forschungsansatzes und der Analyse von Machtstrukturen und Privilegien ein Mensch mit dunkler Hautfarbe als „weiß“ eingestuft werden könnte und ein Mensch mit heller Hautfarbe als „schwarz“ (vgl. Universität Bielefeld 2020). Dies aber sind Diskurse, die m. E. nur in relativ kleinen Gruppen geführt werden, sodass die breiten gesellschaftlichen Diskussionen von Missverständnissen geprägt sind. Dies gilt auch für den Vorwurf des Rassismus und der zugrunde liegenden Definitionen. Später wird zu erörtern sein, warum dies für das Thema der Diversität in den Medien bezüglich der Berichterstattung und der Gewinnung von Nachwuchs eine Herausforderung ist.

1965 hat die UN im Internationalen Übereinkommen zur Beseitigung jeder Form von Rassendiskriminierung den Definitionsrahmen auf Rasse, Hautfarbe, Abstammung, nationalen Ursprung oder Volkstum beschränkt. Religion ist kein Kriterium.

Dies hat sich im europäischen Diskurs verändert; so definieren beispielsweise die neuen deutschen medienmacher*innen den „antimuslimischen Rassismus“. Dieser

„...bezeichnet die Diskriminierung von Menschen, die aufgrund ihrer tatsächlichen oder auch bloß zugeschriebenen Religionszugehörigkeit als Muslime wahrgenommen werden. Im Vergleich zu den Begriffen Islamophobie oder Islamfeindlichkeit verweist die Bezeichnung antimuslimischer Rassismus auf die Vorstellung von Muslim*innen als homogener Gruppe, der bestimmte (zumeist negative) Eigenschaften zugewiesen werden und die als nicht zugehörig eingeordnet wird“ (ndm 2019, S. 25).

Insbesondere in den digitalen Medien werden scharfe Kontroversen ausgetragen, ob eine kritische Äußerung über Islamismus zu pauschal ausfällt und damit den antimuslimischen Rassismus befördert. Journalistinnen und Journalisten bewegen sich auf einem schmalen Grat von kritischen Nachfragen gegenüber der Vereinnahmung von Religion für ideologische, Menschenrechte missachtende Motive und dem Vorwurf, durch solche Berichte insbesondere Frauen mit Kopftuch zu gefährden, die auf der Straße beleidigt und teilweise angegriffen werden (vgl. von Ueberschär 2019).

Bei diesen Debatten über Diversität in den Medien und die Herausforderungen der Berichterstattung über Vielfalt in Deutschland gerät oftmals in den Hintergrund, dass Diversität viel mehr bedeutet als Hautfarbe oder Migrationsgeschichte; zu berücksichtigen sind unbedingt Merkmale wie Kultur, Alter, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Behinderung und Weltanschauung.

Erwartung der Sichtbarkeit von Vielfalt

Anne Chebu ist TV-Moderatorin, in Nürnberg geboren und engagiert bei der Initiative „Schwarze Menschen in Deutschland“. Gefragt nach Menschen mit Migrationshintergrund sagt sie:

„Im Alltag sind damit eigentlich nur Menschen mit nicht-weißer Hautfarbe gemeint. Wenn beispielsweise eine Person einen Vater hat, der weißer Engländer ist, dann wird das eben meistens nicht extra thematisiert. Deswegen sage ich immer: Menschen mit MigrationsVORdergrund.“ (Lungmus 2020, S. 30)

Die neuen deutschen medienmacher*innen kritisieren wiederholt die Abwesenheit von „people of color“ und schwarzen Menschen im deutschen Fernsehen; zudem würden die wenigen Vertreter:innen dann meist zu Rassismus befragt. Der Verein verlieh zuletzt vier großen deutschen Talkshows den Negativ-Preis „Goldene Kartoffel“ (vgl. ndm 2020b). Diese Kritik setzen die neuen deutschen medienmacher*innen in Zusammenhang mit den annähernd 25 % Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland (vgl. Hostwriter & Correctiv 2019, S.7f.). Dies generiert eine Irreführung, denn es impliziert automatisch die Fehlannahme, jeder vierte Gast in der Talkshow müsse schwarz oder farbig sein. Auch ist die Messlatte „Migrationshintergrund“ dann nicht stichhaltig, wenn es sich um schwarze Menschen handelt, deren Eltern schon in Deutschland geboren wurden. Damit haben die Kinder gemäß Definition keinen Migrationshintergrund, aber aufgrund der Hautfarbe vermutlich Erfahrungen mit Rassismus.

Dabei teile ich das Anliegen, dass in den Medien die ganze Bandbreite der Gesellschaft abgebildet werden muss und dass Menschen nicht nur zu ihren eigenen Diversitätsmerkmalen befragt werden. Das bedeutet z. B., dass eine lesbische Frau nicht automatisch (und ausschließlich) zur Homosexualität Stellung nimmt, der Berliner mit türkischen Eltern nicht nur zur türkischen Politik und die schwarze Frau nicht allein zu Erfahrungen mit Rassismus befragt wird.

Messbarkeit und damit Förderung von Diversität

Für die deutschen Medien gibt es die Annahme, dass die Akteurinnen und Akteure nicht genügend divers sind. Dies betrifft die Journalistinnen und Journalisten, die Auswahl der Themen und der Protagonistinnen und Protagonisten sowie der Interviewpartner:innen. Umfassendes Datenmaterial dazu gibt es nicht.

Bei der Einstellung einer Redakteurin oder der Beauftragung eines Autors wurde und wird nicht danach gefragt, welche Religionszugehörigkeit, welche sexuelle Orientierung, welche Herkunft usw. eine Person hat. Es soll allein die Qualifikation und somit das journalistische Handwerk zählen. Journalismus versteht sich traditionell als neutral, objektiv und unabhängig. Tabea Grzeszyk hält dagegen:

„... eine objektive Perspektive aus dem Nichts, einen ‚view from nowhere‘ gibt es nicht. Tatsächlich kommt in der internationalen Berichterstattung überwiegend die Weltsicht weißer Männer zum Ausdruck. Im Jahr 2018 waren in den USA 77,4 Prozent der Journalist*innen weiß und 59 Prozent männlich.“ (Şahin 2019, S. 36)

Die deutsche Bilanz ist nicht bekannt, allerdings gibt es einige Leuchttürme bezüglich der „Herkunfts-Vielfalt“: Die Deutsche Welle beispielsweise vereint Journalistinnen und Journalisten aus aller Welt in ihrem Programm und sendet in 30 Sprachen. Lange Jahre brachte Radio Multikulti von SFB/rbb mit einem sehr diversen Team Programme in verschiedenen Sprachen, nach wie vor gibt es Funkhaus Europa vom WDR.

In meiner Berufslaufbahn habe ich mit Kolleginnen und Kollegen zusammengearbeitet, deren Wurzeln in Polen, Armenien, Brasilien, Türkei, England, Holland, Syrien, Togo, Indien und anderen Ländern zu finden sind. Die Herkunft war eher ein Thema für Gespräche in der Teeküche; ebenso wenig wie die Migrationsgeschichten von Talkshowgästen wie beispielsweise Katarina Barley (England) oder Paul Ziemiak (Polen) in der Regel eine Rolle spielen. Erst seit einigen Jahren ist für Medienunternehmen im Zuge der Diversitätsdebatte die Frage wichtig, woher ihre Journalistinnen und Journalisten stammen. Diese wiederum, die sich größtenteils bislang mit Themengebieten jenseits der Integration beschäftigt haben, werden zunehmend mit Identitätsdebatten konfrontiert. Bei der Suche nach Moderatorinnen und Moderatoren im TV wird, um die Diversität und damit auch Modernität des Unternehmens zu zeigen, oftmals sehr bewusst nach dem MigrationsVORDERgrund gesucht. Reyhan Şahin nennt dagegen zuspitzend diejenigen, die keine Wurzeln im Ausland haben: „Deutsche mit Migrationsdefizit“ (Şahin 2019, S. 36).

Erschwerend hinzukommt, dass die Auswahl von Moderatorinnen im deutschen Fernsehen nach wie vor oftmals sehr einseitig ausfällt: jung und schlank. Dass sich ältere Frauen, vielleicht auch mit ein paar Pfunden zu viel und grauhaarig, auf dem Schirm halten, ist eher ungewöhnlich. Mir sind keine Studien bekannt, die aufzeigen würden, wer im Einzelfall die Auswahl trifft. Anzunehmen ist aber, analog zu den bereits zitierten Studien von ProQuote, dass es sich eher um „weiße“, „privilegierte“ ältere Männer handelt, die nach wie vor in den Chefetagen die Mehrheit bilden.

Ebenfalls nicht untersucht ist, wie nah zur Realität Menschen unterschiedlichster Herkunft insbesondere im TV abgebildet werden. Im fiktiven Rahmen war die „Lindenstraße“ in der ARD mit elf verschiedenen Nationen in der Serienhandlung Vorreiterin; im Privatfernsehen ist m. E. das Bild längst viel selbstverständlicher divers geworden. Nur ein Beispiel: Abdi, der aus Somalia stammt und oft seine Gebetskette in der Hand hat, und Tülay mit türkischen Wurzeln, kämpfen neben Claudia und Daniel bei „The Biggest Loser“ um den Verlust von Pfunden. In dem TV-Format kommen sie schlicht aus Gießen und Gummersbach. Es braucht diese Selbstverständlichkeit, mit der vielfältiges Leben in Deutschland abgebildet wird.

Um zurück auf die Journalistinnen und Journalisten zu kommen. Im Zuge der Debatte über den Migrationshintergrund und bei der Auswahl der Nachwuchskräfte kommen m. E. weitere Diversitätsmerkmale wie die soziale Herkunft oftmals zu kurz.

3.10.3. Eliten, Haltung und mangelnde Diversität

Herkömmlich gehen Journalistinnen und Journalisten davon aus, dass sie mittels Recherche und sorgfältiger Anwendung des erlernten Handwerks (u. a. Zitationsregeln, Anwendung des Konjunktivs, Darstellung unterschiedlicher Meinungen, Prüfung der Quellen) über jedes Thema berichten können. Aufgabe ist es, auch komplexe Themen so herunterzubrechen, dass sie korrekt dargestellt sind, aber auch für ein breiteres Publikum verständlich. Gefordert ist die strikte Trennung von Nachricht und Kommentar. Die Medien üben eine Wächterfunktion aus, werden auch die „4. Macht im Staate“ genannt. Die Freiheit der Berichterstattung ist durch das Grundgesetz geschützt.

Zwei Probleme aber sind offenkundig und werden nachfolgend zu erörtern sein, und zwar zum einen, wie Journalismus durch Eliten statt Diversität beeinflusst wird, und zum anderen, wie durch Social Media vor allem „Haltungen“ statt Objektivität erzeugt werden.

Journalismus und Eliten statt Diversität

Die Corona-Krise hat das Problem m. E. wie durch ein Brennglas deutlich gemacht: Als Journalistinnen und Journalisten selbst in ihrem Bewegungsradius eingeschränkt wurden, war auch die Auswahl der Themen sowie der Protagonistinnen und Protagonisten sehr schnell begrenzt. Erst langsam wurde nachgesteuert und der Blickwinkel wieder geweitet. Sicher wird die Medienberichterstattung in Zeiten der Krise im Nachgang noch genauer auszuwerten sein. Meine These aber ist, dass sich in Zeiten der Krise der Mangel an Vielfalt in den Redaktionen besonders deutlich bemerkbar macht.

Schnell wurden die Geschichten von Redakteurinnen und Redakteuren sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Homeoffice, in Quarantäne erzählt; Solo-Selbstständige hatten zeitnah Aufmerksamkeit, ebenso die großen und kleinen Wirtschaftsunternehmen. Nach einer Weile wurde der eigene Nahbereich thematisiert, bekamen Kassierer:innen und Pfleger:innen eine Stimme und Applaus. Die Nöte von Restaurantbesitzerinnen und -besitzern unterschiedlichster Herkunft wurden aufgegriffen, meiner Beobachtung nach aber weniger die der aus Asien stammenden Betreibenden eines Nagelstudios oder Blumenladens. Weitgehend ausgeblendet blieben z. B. zunächst Handwerker:innen wie Klempner:innen und Elektriker:innen im Notdienst oder die Paketzusteller:innen. Erst nach einer Weile wurde deutlich, dass Hamsterkäufe nicht nur ein kurioses Problem sind, sondern dass Arme nicht hamstern können, weil ihnen schlicht die finanziellen Ressourcen fehlen. Ebenso wenig war anfangs Thema, dass manche Eltern weder über Hard- und Software noch die Bildungsvoraussetzungen verfügen, um ihre Kinder zu Hause adäquat zu unterrichten.

Hier macht sich m. E. bemerkbar, dass Journalistinnen und Journalisten in den Redaktionen in der Regel in ihrem Bekanntenkreis wenig Arbeiter:innen, Bedürftige und Rentner:innen mit schmalen Einkommen haben. Soziale Einrichtungen hatten geschlossen und daher nicht die organisatorischen Möglichkeiten, so schnell wie

große Wirtschafts- und Kulturinstitutionen auf die Krise zu reagieren. Damit aber kamen in den Redaktionen keine Pressemitteilungen an, die sie auf die Spur dieser Themen gebracht hätten. Wenn weniger Reporter:innen unterwegs sein können, fehlt offenbar auch der Zugang zu verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen. So fanden sich z. B. nur ausnahmsweise Berichte darüber, wie türkische und arabische Communitys auf fehlende bislang gewohnte Treffpunkte wie Moschee, Kirche, Shisha-Bar und Teehaus reagieren. Die Berichterstattung in vielen Medien war verengt. Erst langsam weitete sich auch der Blick wieder ins außereuropäische Ausland, insbesondere auf Afrika. Schließlich wurden auch Themen jenseits von Corona wie die Heuschrecken-Plage wiederentdeckt.

Viel an Vielfalt wäre schon gewonnen, wäre die Forderung nach Parität in den Medien erfüllt. Bascha Mika, die Ende März 2020 als Chefredakteurin der Frankfurter Rundschau in den Ruhestand verabschiedet wurde, bemängelt, dass es seit Jahrzehnten hervorragende Frauen im Journalismus gibt, aber zu wenige Chefredakteurinnen:

„Selbst in der Regionalzeitungslandschaft finden sich nur eine Handvoll Chef-Kolleginnen. Das ist doch irre. Und zwar nicht deshalb, weil Frauen den besseren Journalismus machen, sondern weil wir aufgrund einer immer noch anderen Sozialisation nicht denselben Blick auf die Welt haben. Das ermöglicht eine andere Analyse, andere Interpretationen und Einschätzungen. Diese Vielfalt ist wichtig im Journalismus. Sie fehlt, wenn Frauen nicht auch in Entscheidungspositionen sitzen.“ (Weidemann, S. 13)

Noch vor der Corona-Krise schrieb Tabea Grzeszyk von „Hostwriter“, einer NGO, die die Zusammenarbeit von Journalistinnen und Journalisten über Grenzen hinweg fördert:

„Es macht einen Unterschied, ob wir weiß, schwarz oder braun sind, männlich, weiblich oder queer, ob wir auf Englisch, Spanisch oder Chinesisch publizieren, ob wir im Land der Berichterstattung geboren, dorthin migriert oder geflohen sind, ob wir jung oder alt sind, eine körperliche oder geistige Behinderung haben, ob wir aus einer Akademiker*innen- oder aus einer Arbeiter*innenfamilie stammen. Denn der persönliche Hintergrund hat Einfluss darauf, welchen Zugang wir zu Themen und Protagonist*innen haben, wie wir Fakten interpretieren, welche Geschichten uns ins Auge springen – und welche wir übersehen. Und die Summe unserer Privilegien entscheidet mit, ob unsere Recherchen Gehör finden oder nicht.“ (Hostwriter & Correctiv 2019, S. 7)

Die Realität in den etablierten Medienunternehmen aber ist eine andere, sagt der Soziologe und Elitenforscher Michael Hartmann. Gegenüber heute.de sagte er:

„Wenn man den Begriff sehr eng hält, gehören zur Elite die Herausgeber und die Chefredakteure der großen Printmedien. Und die Intendanten, Chefredakteure und Programm Direktoren von Rundfunk und Fernsehen. Selbst wenn man noch andere Führungskräfte hinzunimmt, ist das ein sehr überschaubarer Kreis von 150 bis 200 Personen. Es sind im Wesentlichen Männer, die zu zwei Dritteln aus den oberen vier Prozent der Bevölkerung kommen. Die Medienelite ist zusammen mit der Justizelite die zweitexklusivste nach der Wirtschaftselite.“ (Michael Hartmann in zdfheute vom 17.08.2019)

Die Sichtweise auf die Gesellschaft sei geprägt von der Herkunft und beispielsweise gesellschaftliche Ungleichheiten würden komplett anders bewertet, je nachdem, aus welchem Milieu man selbst stamme. Bezüglich der Redakteurinnen und Redakteure sagt Hartmann:

„Leider gibt es kaum Informationen über die soziale Herkunft. Die genaueste Studie ist 20 Jahre alt. Damals kam fast ein Drittel der Journalisten aus der höchsten von vier Herkunftsgruppen und nur knapp jeder achte aus der niedrigsten, der unteren Bevölkerungshälfte. Das dürfte sich nach meinen Beobachtungen weiter verschärft haben.“ (ebd.)

Die Berufsbezeichnung Journalist:in ist allerdings kein geschützter Begriff. Bislang belegten journalistisch tätige Frauen und Männer ihre Reputation über ihre Anstellung bei einem etablierten Medienunternehmen oder durch Belege ihrer Artikel, Radio- oder Fernsehbeiträge. Durch die Digitalisierung des öffentlichen Diskurses wird die Definition des Berufsbildes und des Berufsethos aber noch schwieriger.

Social Media und „Haltung“ statt Objektivität

Während sich der etablierte Journalismus über Objektivität und die Trennung von Nachricht und Kommentar zu definieren sucht, weichen diese Kriterien in den sozialen Medien und bei den zahlreichen Podcast-Produkten zunehmend auf. Auf Twitter, Facebook, Instagram und Co erreicht in der Regel vor allem Zustimmung, was zugespitzt und mit einer klaren Haltung bzw. Meinung daherkommt. Was im klassischen Journalismus lange unvorstellbar war, ist bei den Podcasts gang und gäbe und erfolgversprechend: Mit dem eigenen Ehemann intimste Dinge zu besprechen („Paardialogie“ von Charlotte Roche und Martin Keß), die eigene Haltung zum Maß des Formats zu machen, Freundinnen und Freunde ins Studio einzuladen und die Welt durch einen bewusst subjektiven Blickwinkel wahrzunehmen.

An vielen Stellen ist das vielleicht ehrlicher als die bisher behauptete, aber auch nicht immer eingelöste Objektivität, aber es macht den medialen Diskurs auch problematisch. In den Rundfunkanstalten und Zeitungshäusern prallen mitunter Welten aufeinander. Der junge Autor, der sein Herzensanliegen verfolgen und andere davon überzeugen will, die Nachwuchs-Redakteurin, die der von ihr abgelehnten Haltung keinen Raum geben mag. Die Trennung von Nachricht und Kommentar fällt schwer, zumal das jüngere Publikum mit den haltungsgetriebenen digitalen Formaten aufgewachsen ist.

Nicht untersucht ist meines Wissens bislang, aus welchen Milieus die Influencer:innen in den sozialen Medien kommen, vor allem diejenigen, die dann ihren Radius Richtung Print und Rundfunk weiten und sich um Volontariate und Anstellungen bewerben. Meine Vermutung ist, dass diese Milieus zwar inzwischen bezüglich des Migrationshintergrunds vielfältiger sind, nicht aber bezüglich der sozialen Herkunft und des Bildungshintergrunds.

Der Ansatz der Intersektionalität (der allerdings bislang auch nur in relativ kleinen Zirkeln diskutiert und verstanden wird) hilft, um die Vielfalt möglicher Diskriminierungen aufzuzeigen. Falsch verstanden wird er aber m. E. immer dann, wenn er zu einer Hierarchisierung der Diskriminierung genutzt wird. Meinem journalistischen

Verständnis widerspräche es, wenn eine ältere, homosexuelle Person mit deutschen Wurzeln mit ihren Anliegen weniger beachtenswert wäre als eine jüngere, heterosexuelle Person mit Migrationshintergrund oder wenn Christentum und Islam gegeneinander ausgespielt würden. Irrwege der Religion müssen immer recherchiert, berichtet und eingeordnet werden.

Journalistisch ist es m. E. ein Fehler, wenn aus einer persönlichen Haltung oder einer gewissen Sozialromantik heraus beispielsweise jede:r Arme, jede:r Ehrenamtliche, jede Frau mit Kopftuch, jede:r Naturschützer:in und jede:r Spender:in sozusagen „sakrosankt“ wäre – die einen, weil sie ohnehin schon diskriminiert werden, die anderen, weil sie per se „hilfreich und gut“ sind. Aufgabe des Journalismus ist es, kritisch hinzugucken und zu hinterfragen, ob Handlungen sinnvoll sind, ob Haltungen die Rechte anderer infrage stellen. Vielfalt heißt eben auch, ein vielfältiges und differenziertes Bild zu zeigen.

3.10.4. Erfordernisse der Personal- und Organisationsentwicklung: Vielfalt – aber wie?

Die meisten Medienunternehmen sind sich im Grundsatz bewusst, dass sie vielfältiger werden müssen. Die große Frage ist aber das Wie.

Schwer vorstellbar ist, dass eine „Intersektionalitätsmatrix“ erstellt würde, nach der Diskriminierungspunkte vergeben würden und Anteile berechnet. Auch darf die Forderung nach Diversität nicht zum Feigenblatt dafür führen, die geforderte Parität nicht umzusetzen. Genau dahin aber gehen manche en passant geäußerten Sätze, man könne doch die Frauenvertreterin durch einen Diversitätsbeauftragten ablösen und überhaupt müsse man sich auch mal wieder um die Jungs kümmern.

Einige Rundfunkanstalten wie der rbb, der WDR und das ZDF und einige Zeitungen wie „Der Tagesspiegel“ in Berlin haben die Charta der Vielfalt unterzeichnet und bekennen sich damit zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen. Aber es stellt sich die Frage der Umsetzung, also nach der Konsequenz aus dem Bekenntnis.

Der Weg in den Journalismus führt in der Regel über Studium und Volontariat, dazu gibt es an Verlage oder Rundfunkanstalten angeschlossene Schulen, darüber hinaus Journalistenschulen in Trägerschaft der Kirchen, parteinaher Stiftungen oder auch die renommierte „Deutsche Journalistenschule“ in München.

Doch auch hier befürchtet der Elitenforscher Michael Hartmann, dass nur eine kleine Gruppe junger Menschen die Hürden in den Beruf nehmen kann:

„[...] es gibt bestimmte Anforderungen, die bildungsbürgerlich sind. Also wenn man sich die Journalistenschulen anguckt, die Auswahlgespräche und ähnliches: Da bist du, wenn du nicht aus dem bildungsbürgerlichen Umfeld stammst, bei einem Teil der Fragen aufgeschmissen. Eine Doktorandin von mir hat Anfang des Jahrzehnts im Rahmen ihrer Doktorarbeit eine Befragung bei den drei führenden Journalistenschulen gemacht. 68 Prozent der Befragten stammten aus der obersten Herkunftsgruppe – Akademiker in leitenden Positionen. Aus der unteren Hälfte der Bevölkerung kamen überhaupt keine Journalistenschüler.“ (ebd.)

Um Lücken zu schließen, versuchen z. B. die „neuen deutschen medienmacher*innen“, Menschen mit Migrationshintergrund den Weg in den Beruf zu ermöglichen, die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) bietet ein Integrationsvolontariat bei Alex TV mit diversen Stationen in anderen Redaktionen an.

Der von mir vertretene Journalistinnenbund stellt Frauen unterschiedlichen Alters, Herkunft und Ausbildungsstands erfahrene Journalistinnen als Mentorinnen zur Seite. Ähnliche, zumeist von Ehrenamtlichen getragene Programme bieten einige Vereine und Schulen an, so auch die Evangelische Journalistenschule in Berlin. Deren Besonderheit für die Ausbildungsjahrgänge besteht im überkonfessionellen, ethisch motivierten Ansatz und darin, auch Ältere aufzunehmen; so hat auch beispielsweise eine alleinerziehende Mutter noch die Chance auf den Einstieg in den Beruf. Aktuell ist allerdings kein neuer Jahrgang gebildet worden. Es wird befürchtet, dass die evangelische Kirche die Schule aus Etatgründen schließen wird.

3.10.5. Handlungsempfehlungen

Für einen vielfältigen Journalismus, der der Vielfalt der Themen gewachsen ist, gilt es, diese Aufgaben zu erfüllen.

- **Parität** – an diesem Ziel gibt es nichts zu rütteln, denn die Hälfte der Menschheit ist weiblich und es gibt keinen Grund, warum Journalismus vor allem Männer Sache sein sollte. Frauen in Führung auf allen Ebenen ist die Chance, andere Themen und Blickwinkel zu entdecken.
- **Diversität** – löst nicht die Forderung nach Parität ab, sondern ist ein eigenständiges Ziel. Um es zu erreichen, braucht es vielfältige Anstrengungen:
 - Fakten und Analysen – Studien zu Themen und Akteurinnen und Akteuren
 - Positionierung der Medienunternehmen
 - Das Bekenntnis zur Charta der Vielfalt muss konsequent umgesetzt werden.
 - Die Vielfalt in den Medien darf nicht auf sichtbare Diversitätsmerkmale und auf Migration reduziert werden.
 - Die Unternehmen müssen den Diskurs über die Definition von Vielfalt, über Migration, Rassismus und Intersektionalität führen. Es braucht Verständigung und den Dialog der Generationen.
 - Die Unternehmen müssen neue Zielpublika in der digitalen Öffentlichkeit erreichen und für den Journalismus gewinnen; nur so können sie junge Menschen jenseits der bildungsbürgerlichen Herkunft an den Beruf heranführen.
 - Die Auswahlverfahren für Praktika und Volontariate müssen überprüft werden und Möglichkeiten eröffnen, dass junge Menschen jeglicher Herkunft eine Chance haben, den Beruf zu ergreifen.

- Journalismus im Wandel
 - Die Branche muss angesichts der Herausforderungen durch die digitalen Formate ihr Berufsbild weiter reflektieren, Standards prüfen und festlegen. Auch hier bedarf es des Dialogs der Generationen.

Sich zur Vielfalt zu bekennen, darf kein Lippenbekenntnis sein. Die Medien brauchen die Vielfalt, um ihrer Aufgabe in der Demokratie auch in Zukunft gerecht werden zu können. Sie bilden diese ab. Gefragt sind Initiativen mit Vorbild- und (medialer) Ausstrahlungskraft, die der Authentizität dieses Anliegens in aller Öffentlichkeit gerecht werden.

Literatur

- Amadeu Antonio Stiftung (Hg.) (o. J.). *Mut gegen rechte Gewalt. Das Portal gegen Neonazis (2020). People of Color*. Verfügbar unter <https://www.mut-gegen-rechte-gewalt.de/service/lexikon/p/people-color> (Zugriff am: 28.02.2020).
- Destatis/Statistisches Bundesamt (Hg.) (2019). *Migration und Integration – Migrationshintergrund*. Verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Glossar/migrationshintergrund.html%20Z> (Zugriff am: 28.02.2020).
- Hostwriter & Correctiv (Hg.) (2019). *Unbias the news. Warum Journalismus Vielfalt braucht*, 2019, S. 7 f.
- Journalistinnenbund e. V. (Hg.) (o. J.). *Journalistinnenbund*. Verfügbar unter <https://www.journalistinnen.de/> (Zugriff am: 13.02.2020).
- Journalistinnenbund e. V. (Hg.) (o. J.). *Genderleicht.de*. Ein Projekt vom Journalistinnenbund. Verfügbar unter <https://www.genderleicht.de/> (Zugriff am: 13.02.2020).
- Lungmus, Monika (2020). Die Sache mit der Hautfarbe. *journalist*, 3 (März 2020), S. 30 ff.
- neue deutsche medienmacher*innen (ndm) (Hg.) (2020a). *Über uns*. Verfügbar unter <https://www.neuemedienmacher.de/ueber-uns/> (Zugriff am: 13.02.2020).
- neue deutsche medienmacher*innen (ndm) (Hg.) (2020b). *Preisverleihung Goldene Kartoffel 2019*. Verfügbar unter <https://www.neuemedienmacher.de/preisverleihung-goldene-kartoffel-2019-2/> (Zugriff am: 01.04.2020).
- neue deutsche medienmacher*innen (ndm) (Hg.) (2019). *ndm-Glossar Wörterverzeichnis der Neuen deutschen Medienmacher:innen mit Formulierungshilfen, Erläuterungen und alternativen Begriffen für die Berichterstattung in der Einwanderungsgesellschaft*. 2019. 9. Auflage. Verfügbar unter https://www.neuemedienmacher.de/Glossar_Webversion.pdf (Zugriff am: 13.02.2020).
- ProQuote Medien e. V. (Hg.) (o. J.). *ProQuote*. Verfügbar unter <https://www.pro-quote.de/> (Zugriff am: 28.02.2020).

- ProQuote Medien e. V. (Hg.) (2020). *KAMELERENNEN – ZAHLEN DER PRINTREDAKTIONEN*. Wachsender Frauenmachtanteil bei Print-Leitmedien; *STRAUSSERENNEN*. Wachsender Frauenmachtanteil bei Online-Leitmedien. Verfügbar unter <https://www.pro-quote.de/kamele-und-straussenrennen/>; https://www.pro-quote.de/wp-content/uploads/2018/11/ProQuote_Medien_Monitoring_online_1.pdf (Zugriff am: 28.02.2020).
- Şahin Rayhin, (Künstlername:) Dr. Bitch Ray (2019). *Yalla Feminismus*. (Tropen-Sachbuch). Stuttgart: Klett-Cotta.
- Schneider, A. (28.02.2019). *Zukunft des Zeitungsvoluntariats. Bewerbermangel bei Lokalblättern*. Deutschlandfunk Kultur. Verfügbar unter https://www.deutschlandfunk.de/zukunft-des-zeitungsvoluntariats-bewerbermangel-bei-2907.de.html?dram:article_id=442307 (Zugriff am: 01.04.2020).
- Spotify (Hg.) (o. J.). *Paardiologie*. Verfügbar unter <https://open.spotify.com/show/5gPesw6C0rJwuzNiSeGrol> (Zugriff am: 01.04.2020).
- Ueberschär, E. von (2019). *Das geht gar nicht! Feminismus, Intersektionalität und Journalismus – Interessenkonflikte und Gemeinsamkeiten*. Vortrag im Rahmen der Kooperationsveranstaltung der Heinrich-Böll-Stiftung im Rahmen der Kooperationsveranstaltung mit dem Journalistinnenbund e. V. am 11.11.2019 in Berlin. Verfügbar unter https://www.journalistinnen.de/wp-content/uploads/2019/11/191115_Eroffnung-Journalistinnenbund_ellen_ueberschaer_boell_stiftung.pdf (Zugriff am: 01.04.2020).
- Universität Bielefeld (2020). *Intersektionalität*. Verfügbar unter <https://www.uni-bielefeld.de/gendertexte/intersektionalitaet.html> (Zugriff am: 28.02.2020).
- Weidemann, H. (2020). Mach es mit Herz, oder lass es! *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (F. A. Z.), 21.02.2020, S. 13.
- zdfheute (2019). *Entfremdete Medienelite – „Soziale Herkunft prägt Berichterstattung“*. 17.08.2019, 06:00 Uhr. Verfügbar unter <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/entfremdete-medienelite-soziale-herkunft-praegt-die-berichterstattung-100.html> (Zugriff am: 01.04.2020).

Autorin

Friederike Sittler ist Abteilungsleiterin „Hintergrund Kultur und Politik“ bei Deutschlandfunk Kultur. Zudem ist sie Vorsitzende des Journalistinnenbundes e. V.