

MMB-Trendmonitor III / 2005

## **Multikulti zwischen Wunsch und Wirklichkeit**

Berufseinstieg und Beschäftigung von Migranten im deutschen Journalismus

Im Trendmonitor präsentiert MMB in unregelmäßiger Folge Ergebnisse aus eigenen Forschungsarbeiten, die an der Nahtstelle von Medien und Qualifikation für eine breitere Öffentlichkeit besonders interessant sind. Die Themen berühren dabei Qualifikationsbedarfs- und Berufsforschung, Arbeitsmarktforschung, E-Learning, Erkenntnisse aus laufender Begleitforschung und Evaluation sowie Standortanalysen. Wenn Sie in Zukunft den Trendmonitor kostenlos erhalten möchten, schicken Sie uns eine Mail an: [trendmonitor@mmb-institut.de](mailto:trendmonitor@mmb-institut.de)

EU-Erweiterung, Globalisierung und demographische Entwicklung bewirken nachhaltige Veränderungen in Deutschland und Europa. Kulturelle, ethnische und religiöse Vielfalt prägt zunehmend unseren Alltag. Die multikulturelle Gesellschaft ist keine Vision, sie ist längst Realität: Mehr als 7 Millionen Ausländer wohnen bereits in Deutschland, das sind etwa 9 Prozent der Wohnbevölkerung.

Diese Realität wird in den Medien allerdings kaum widergespiegelt: Initiativen einzelner Rundfunkanstalten bieten ein breites Angebot für ausländische Mitbürger in Deutschland, doch in den sogenannten Mainstreamprogrammen bildet sich die interkulturelle Vielfalt nicht ab. Journalist/innen aus 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: Nur 2,5 Prozent der amtlich erfassten Publizisten in Deutschland verfügen über einen Migrationshintergrund, so die Statistik der Bundesagentur für Arbeit für 2004.

Auf der Suche nach den Ursachen für den geringen Anteil ausländischer Journalisten in deutschen Medien ist insbesondere die Frage zu stellen, ob sich der Zugang zum Journalistenberuf für Migranten anders darstellt als für deutsche Berufsanwärter und ob dieser Gruppe dadurch Nachteile entstehen, die sich schließlich in einer geringen Beteiligung am Journalistenberuf ausdrücken: Welche Rolle spielt die Volontärsausbildung für den Berufseinstieg von Migrant/-innen? Welche Barrieren gilt es hier eventuell zu beseitigen? Gibt es alternative Be-

rufszugänge, die beschränkt werden könnten, um Migrant/innen den Einstieg in die Medien zu ermöglichen?

Mit diesen und weiteren Fragen beschäftigt sich eine aktuelle Studie, die MMB im Auftrag des Beruflichen Qualifizierungsnetzwerkes für Migrantinnen und Migranten (BQN) in Berlin durchgeführt hat. Die auf Basis empirischer Befunde formulierte

#### Migration

Abgeleitet vom lateinischen „migrare“ („wandern“ bzw. „an einen anderen Ort ziehen“), hat der Migrationsbegriff die bisher üblichen Bezeichnungen *Emigration* (Auswanderung) und *Immigration* (Einwanderung) inzwischen weitgehend ersetzt. Im Rahmen der vorliegenden Studie werden *Migranten* definiert als in Deutschland lebende Personen, die entweder eine andere als die deutsche Staatsbürgerschaft haben und hier leben und arbeiten oder im Besitz der deutschen Staatsbürgerschaft sind, deren Eltern oder Großeltern aber aus dem Ausland nach Deutschland gekommen sind (Migranten der 2. oder 3. Generation).

Expertise dient als Hilfestellung für die Planung und Realisation eines Projektes, mit dessen Hilfe die Beteiligung von Migrant/-innen an Ausbildung und Beschäftigung in den Medien nachhaltig gestärkt werden soll.

Um fundierte Empfehlungen aussprechen zu können, wurde ein mehrstufiges Untersuchungsdesign entwickelt:

- Mit dem Ziel, die Soziodemographie von Ausländern in Deutschland sowie den Arbeitsmarkt für Migranten in den Medien abzubilden, wurden einschlägige *Statistiken* analysiert und zusammenfassend dargestellt.



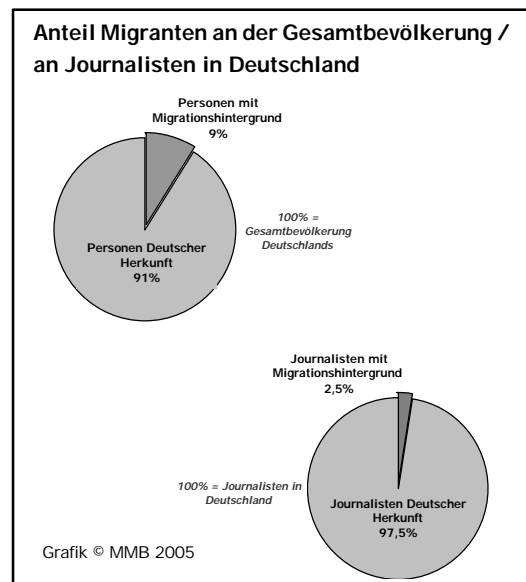
- Auf der Basis einer umfangreichen Literaturrecherche wurde eine umfassende *Sekundäranalyse* durchgeführt. Die Ergebnisse geben einen Überblick über das vielschichtige Forschungsfeld „Migranten und Medien“, einschließlich der Präsenz von Migranten in Medienberufen.
- In *leitfadengestützten Telefoninterviews* mit Vertretern von Medienunternehmen und Ausbildungsinstitutionen wurde das Thema aus Sicht der beruflichen Praxis beleuchtet.
- Abschließend erfolgten ausführliche *Interviews mit ausgewiesenen Arbeitsmarkt- und Berufsexperten*.

Die Sekundäranalyse zeigte, dass die Arbeitsmarktchancen der Migranten in Deutschland durch das insgesamt geringere Bildungs- und Ausbildungsniveau in dieser Bevölkerungsgruppe gemindert werden. Dies drückt sich sowohl an einer höheren Arbeitslosenquote, als auch in einem geringeren Auszubildendenanteil aus. Allerdings hat sich der Anteil ausländischer Studierender an deutschen Hochschulen in den vergangenen drei Jahren leicht erhöht.

Besonders schwierig gestaltet sich die Analyse der Beschäftigungssituation von Migranten im Journalismus, da die Nationalität in gängigen Studien nicht erhoben wird. Es ist davon auszugehen, dass der Ausländeranteil unter den Journalisten bei rund 2,5 Prozent liegt (vgl. z.B. Bundesagentur für Arbeit 2004) – und damit weit unter dem ca. neunprozentigen Bevölkerungsanteil von Migranten. Besonders groß ist ihr Anteil in den elektronischen Medien sowie in den interkulturellen Nischenprogrammen. Aufgrund der geringen Durchlässigkeit zu den allgemeinen Redaktionen sowie der eingeschränkten Zugänglichkeit senderinterner Fortbildungen ist es für Mi-

granten besonders schwierig, in Mainstream-Programme zu wechseln.

Für die MMB-Studie wurden 38 Personalverantwortliche aus Print, TV, Hörfunk, Online, Nachrichtenagenturen, Verlagen und PR-Agenturen befragt sowie 24 Vertreter von Aus- und Weiterbildungseinrichtungen. Aufgrund der relativ kleinen Stichprobe erhebt die Befragung keinen Anspruch auf Repräsentativität, erlaubt jedoch eine umfassende Beschreibung des Status quo sowie die Ableitung fundierter Trendaussagen.



Die Befragung der Personalverantwortlichen bestätigte zunächst die statistische Analyse, wonach in den Medienunternehmen die Zahl der festangestellten zugunsten der freiberuflichen Mitarbeiter in den vergangenen Jahren reduziert wurde. Frauen sind in den befragten Redaktionen gut vertreten und machen etwa die Hälfte der Belegschaft aus. Die Mehrzahl der Unternehmen setzt auf das Volontariat für den Berufseinstieg, kann jedoch ihren Absolventen nicht immer eine Übernahme in Aussicht stellen. Insbesondere bei TV und Hörfunk, aber auch in Zeitungen und Buchverlagen stellt das Volontariat den „Königs-

weg“ in den Journalismus bzw. den Redakteursberuf dar. Diejenigen Medienunternehmen, die keine Volontariate anbieten, rekrutieren ihren Nachwuchs in der Regel über Praktika, die zunehmend unbezahlt angeboten werden.

Die meisten Migranten sind beim Hörfunk beschäftigt, während PR-Agenturen besonders geringes Interesse zeigen. Bei der Bewerberauswahl spielt die Nationalität für die befragten Medienunternehmen grundsätzlich keine Rolle. Nur bei der kleinen Gruppe der Radio- und Fernsehsender, die besondere Programme für bestimmte ethnische Gruppen anbieten, werden Migranten gezielt wegen ihrer speziellen sprachlichen Kompetenzen oder wegen ihrer besonderen Kenntnis des jeweiligen Heimatlandes eingesetzt. Das gilt auch für Verlage, sobald dort Mehrsprachigkeit oder Kenntnis der Mentalität anderer ethnischer Gruppen besonders gefordert ist.

Die Ausbildungsbiografie der Journalisten mit Migrationshintergrund spiegelt die Struktur der Berufsgruppe insgesamt wider: Migranten mit Journalistik- oder Publizistikstudium überwiegen leicht gegenüber Absolventen eines Volontariats. Ohne ein abgeschlossenes Studium ist der Einstieg in den Journalistenberuf auch für Quereinsteiger nur ausnahmsweise möglich. Einige der befragten Unternehmen bieten Bewerbern mit Migrationshintergrund die Chance, sich über ein Praktikum oder eine Hospitation zu qualifizieren.

Auch unter den Volontären sind Migranten nur schwach vertreten. Signifikante Unterschiede beim Umgang mit Bewerbungen von Migranten konstatiert nur eine kleine Gruppe der Befragten. Hier ist etwa ein deutlich anderer Ausbildungshintergrund oder das Verständnis für verschiedene nationale Mentalitäten von Vorteil. Manchen

Migranten gelingt es, ihre sprachlichen Kompetenzen und ihre Landeskenntnis besonders positiv herauszustellen. Als Nachteil gelten Probleme mit der Rechtschreibung oder Defizite in der gesprochenen Sprache. Dies gilt für alle Medien, von der Online-Redaktion mit akademisch gebildetem Publikum bis zur Lokalzeitung mit Boulevardcharakter.



TeilnehmerInnen von „WDR Grenzenlos“ (Foto: WDR)

Im Hörfunk und Fernsehen wird bei Redakteursstellen mit Live-Aufgaben besonderer Wert auf die sprachliche Kompetenz gelegt, hier sind eine gute Funkstimme und das Fehlen jeden Akzents oder Dialekts unabdingbar.

Wer älter als 30 Jahre ist, kann sich keine Hoffnungen auf eine Volontärsstelle machen; in einigen Unternehmen liegt die Altersgrenze sogar noch darunter. Für Personen mit Migrationshintergrund wird gelegentlich eine Ausnahme gemacht – insbesondere bei Bewerbern, die aus Kriegs- oder Krisengebieten kommen und deren schwieriger Situation man berücksichtigen möchte.

Lediglich 7 der 38 befragten Unternehmen äußern ein explizites Interesse an der Rekrutierung von Mitarbeitern mit Migrationshintergrund, darunter v.a. Sender, die Auslandsprogramme anbieten oder Sendungen für Migranten bzw. ein multikulturell interessiertes Publikum anbieten. In diesen Fäl-

len ist die Zugehörigkeit zu einer ethnischen Gruppe oftmals das entscheidende Auswahlkriterium. Die Zahl der Medienunternehmen, die Fremdsprachenprogramme oder spezielle Sendungen bzw. Rubriken für nicht-deutsche Zielgruppen anbieten, ist allerdings recht klein, so dass dieser spezielle Arbeitsmarkt für Migranten sehr begrenzt ist. Kein Interesse an einer expliziten Rekrutierung von Migranten äußern die befragten PR-Agenturen.

Um einen Überblick über die Situation von Migranten in der Journalistenausbildung in Deutschland zu erhalten, wurden die Leiter einschlägiger Aus- und Weiterbildungsinstitutionen befragt: Insgesamt 7 kommunikationswissenschaftliche und Journalistikstudiengänge sowie 17 Journalistenschulen und Akademien.

Bei den Universitäten ist die Zahl der Studenten, die für das Fach Journalistik oder verwandte Fächer eingeschrieben sind, in den letzten fünf Jahren weitgehend konstant geblieben, wobei Frauen nach wie vor überproportional vertreten sind. Ähnliches gilt auch für die Journalistenschulen und Akademien, bei denen jedoch insgesamt ein Rückgang der Teilnehmerzahlen zu verzeichnen ist. Diese Befunde spiegeln sowohl die sinkende Personalnachfrage als auch die allgemeine Krise am Weiterbildungsmarkt wider.

Grundsätzlich räumen die Bildungseinrichtungen allen Bewerbern gleiche Chancen ein, unabhängig von ihrer ethnischen Herkunft oder anderen Merkmalen. Allerdings haben Bewerber mit Migrationshintergrund häufig aufgrund von Sprachdefiziten keine Chance auf einen Studienplatz bzw. eine Kursteilnahme.

Nur eine Minderheit der Ausbildungseinrichtungen ist explizit an der Anwerbung von Teilnehmern mit Migrationshintergrund

interessiert. In den wenigen Ausnahmefällen werden in der Regel spezielle Interessen verfolgt, wie zum Beispiel die Nachwuchsrekrutierung für Auslandsredaktionen oder das Gewinnen neuer (ausländischer) Zielgruppen. Zwei Drittel der Ausbildungseinrichtungen messen dem Thema Migration in ihrem Lehrangebot keine besondere Bedeutung bei. Auch dies macht deutlich: In Deutschland fristet dieses Thema – verglichen mit klassischen Einwanderungsländern wie den USA oder Großbritannien – eine Nischenexistenz.

Einige der befragten Journalistenschulen und Akademien sorgen mit Studienreisen ins europäische Ausland, internationalen Begegnungen sowie themenbezogener Recherche für Internationalität. Die Nachfrage nach solchen Maßnahmen zur interkulturellen Öffnung der Ausbildung sowie die Erfahrungen, die damit gemacht wurden, werden von den Befragten sehr positiv eingeschätzt.

In den letzten zehn Jahren wurden einige Projekte und Maßnahmen durchgeführt, mit denen die Ausbildung von Migranten in den Medien gefördert werden sollte. Dazu zählen beispielsweise die Initiativen „Mehr Farbe in die Medien“ (Adolf Grimme Institut) und „WDR Grenzenlos“ (WDR, Deutsche Hörfunk Akademie) sowie das Fremdsprachenvolontariat der Deutschen Welle.



Logo der Adolf-Grimme-Initiative „Mehr Farbe in die Medien“

**Die wichtigsten Ergebnisse in Thesenform:**

1. Eine der zentralen gesellschaftlichen Funktionen der Medien ist die **Integration verschiedener gesellschaftlicher Gruppen**. Auch bei der Integration von Migranten kommt ihnen sowohl in Bezug auf die mediale Darstellung, als auch hinsichtlich der Beschäftigung dieser Gruppe eine wichtige Rolle zu. Dieses Potenzial wird derzeit nur ungenügend genutzt.
2. Der Anteil der **Journalisten mit Migrationshintergrund** ist deutlich geringer als der Migrantenanteil an der Bevölkerung in Deutschland.
3. Der **Arbeitsmarkt für Journalisten** weist seit einigen Jahren nur noch wenige Vakanzen auf. Die Zahl der festangestellten Journalisten und Redakteure war in den letzten fünf Jahren rückläufig, auf der anderen Seite ist die Zahl der freien Journalisten weiter gestiegen.
4. Ausbildungseinrichtungen sind in der Regel nicht an der **gezielten Anwerbung von Migranten** interessiert.
5. Maßnahmen und Programme zur interkulturellen Öffnung von Bildungsangeboten sind die Ausnahme.
6. Zwar ist das Volontariat nach wie vor der Königsweg in den Journalistenberuf, jedoch ist das **Angebot an Volontariatsplätzen in den meisten Medienbetrieben rückläufig**.
7. Vor allem für Quereinsteiger bildet das **Praktikum** den **optimalen Berufseinstieg**, sowohl in die freie Mitarbeit als auch in ein Volontariat.
8. **Migranten** sind in den befragten Medienunternehmen ebenso wie in den Ausbildungseinrichtungen für angehende Journalisten **deutlich unterrepräsentiert**.
9. Für Migranten, die **Defizite in der Beherrschung der deutschen Sprache** aufweisen, stellt die Bewerbung angesichts der herausragenden Bedeutung der Sprachkompetenz eine unüberwindbare Hürde dar.
10. In besonderen Fällen ist vor dem Hintergrund persönlicher Lebensumstände und bei besonderem Engagement eine Kompensation von Sprachdefiziten ebenso wie eine **Ausnahme von der Altersgrenze** möglich.
11. Die **Ursachen für den geringen Migrantenanteil im Journalismus** sind nicht bekannt; sie können sowohl angebots- als auch nachfragebedingt sein.
12. Der Einsatz von Journalisten und Redakteuren mit Migrationshintergrund erfolgt vor allem in „**multikulturellen Nischenprogrammen**“.
13. Die Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund wird nur in wenigen Medienunternehmen als **Chance zur inhaltlichen Bereicherung und zur Erschließung neuer Zielgruppen** erkannt.
14. Zur gezielten Integration von Migranten wurden einige, z.T. organisationsübergreifende **Programme in Ausbildungseinrichtungen und Medienunternehmen** initiiert. Die Ergebnisse müssen ausgewertet und für dringend erforderliche neue Maßnahmen nutzbar gemacht werden.

**Auftraggeber der Studie:**

Berufliches Qualifizierungsnetzwerk für Migrantinnen und Migranten (BQN), Berlin

**Kontakt durchführendes Institut:**

MMB Institut für Medien- und Kompetenzforschung  
Julia Flasdick M.A.

Folkwangstraße 1 - 45128 Essen

Telefon: 02 01 – 720 27-0; Durchwahl -24

Telefax: 02 01 – 720 27-29

Mail: [flasdick@mmb-institut.de](mailto:flasdick@mmb-institut.de)

