



universität
wien

DISSERTATION

Titel der Dissertation

„Diversität im Bild –

Mediale Integration auf den Ebenen der Präsentation
und Redaktion in österreichischen TV-Sendern“

Verfasserin

Mag. (FH) Maria Stradner

angestrebter akademischer Grad

Doktorin der Philosophie (Dr.phil.)

Wien, 2015

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 784 301

Dissertationsgebiet lt.
Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Ao. Univ.-Prof. Dr. Fritz Hausjell

Danksagung

Mein Dank gilt allen voran meinem Betreuer Prof. Fritz Hausjell, der mir mit seiner Expertise und Erfahrung in diesem Prozess zur Seite gestanden ist. Des Weiteren danke ich Mag. Dr. Heinz Wassermann, der mir immer wieder wichtigen Input für die Arbeit geliefert hat.

Besonders danke ich meinem Mann Stefan Stradner, der die Entstehung dieser Dissertation von Beginn an begleitet hat, Wohlwollen und unendlich viel Geduld bewiesen und die Arbeit an den richtigen Stellen immer wieder kritisch beäugt hat. Dank gilt auch meinen Eltern und FreundInnen, die mich motiviert und unterstützt haben.

Inhaltsverzeichnis

I EINLEITUNG	11
1.1 Problemstellung.....	11
1.2 Zentrale Fragestellungen für die Untersuchung	14
1.3 Aufbau der Arbeit.....	15
II THEORIE	17
2 Forschungsstand	17
2.1 Internationaler Forschungsstand.....	17
2.2 Österreichischer Forschungsstand	21
3 Status Quo der Medialen Integration im Ländervergleich	25
3.1 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in den USA	26
3.2 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Kanada.....	29
3.3 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Großbritannien	31
3.4 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Deutschland.....	32
3.5 Zwischenfazit	33
3.6 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Österreich	34
4 Zentrale Begriffe.....	37
4.1 Die Problematik der Kategorienbildung.....	37
4.2 Soziologische Begriffe	39
4.3 Kommunikationswissenschaftliche Begriffe.....	45
5. Theoretischer Rahmen.....	48
5.1 Der Cultural Studies-Ansatz.....	48
5.2 Journalismus als „kultureller Diskurs zur Selbstverständigung einer Gesellschaft“ ..	49
5.3 Ein- und Ausschlüsse in der Mediengesellschaft	50
5.4 Ethnische Grenzziehungen im Verständnis der Cultural Studies.....	51
6 Die Wirkungsweisen der Massenmedien	53
6.1 Massenmedien als Realitätskonstrukteure.....	53
6.2 Fernsehen als „kulturelles Forum“	57
6.3 Fernsehen als Repertoire für Identitätskonstruktionen.....	58
7 Mediale Identitätsräume.....	60
8 Chancen und Problematik von Visualisierungsstrategien.....	63

9 Integration – Begriff, Zugänge, Modelle	67
9.1 Integrationszugänge in der Wissenschaft	67
9.2 Ansätze zu Integration – eine Systematik	69
9.3 Assimilation versus Multikulturalismus?	71
9.4 Integration abseits des nationalstaatlichen Rahmens	79
9.5 Interkulturelle Integration	81
9.6 Zusammenfassung	84
10 Sozialstrukturelle Integration in Österreich	85
10.1 Bildungsintegration	85
10.2 Arbeitsmarktintegration	86
10.3 Politische Integration	88
10.4 Materielle Integration	88
10.5 Institutionelle Integration	89
11 Die Integrationsfunktion der Massenmedien	91
11.1 Integrationspotential der Medien – zwischen Überschätzung und fehlender Messbarkeit	91
11.2 Integrierende Effekte der Massenmedien	93
11.3 Desintegrierende Effekte der Massenmedien	95
11.4 Dimensionen der Integrationsfunktion	99
11.5 Hierarchie der Integrationsfunktionen, -leistungen und -wirkungen	102
11.6 Mediale Integration	103
12 Migration in Österreich	107
12.1 Migrationspolitik in Österreich	108
12.2 Integrationspolitik in Österreich	112
13 Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund	114
13.1 Strukturelle Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund	114
13.2 Fehlende Netzwerke	117
13.3 Das vorherrschende Qualifikationsprofil	118
13.4 Die Sprache als Barriere	119
13.5 Zuschreibung des Migrationshintergrundes	120
13.6 Reduktion auf Migrationsthemen	121
13.7 Fehlender Fokus auf MigrantInnen als Zielgruppe	122
14 Argumentationsweisen für größere Diversität im journalistischen Personal	124
14.1 Gleiche Teilhabechancen für alle Teile der Gesellschaft	124

14.2 Identifikation durch Repräsentation in den Massenmedien	124
14.3 Medienkommunikation als Teil von Bürgerschaft	125
14.4 JournalistInnen mit Migrationshintergrund als <i>Role Models</i>	126
14.5 MigrantInnen als Zielgruppe der Medien.....	126
14.6 Faire Berichterstattung durch diverse Redaktionen	127
15.1 Quotenpolitik.....	130
15.2 Plattformen und Nischenredaktionen	131
15.3 Förderung in Trainings und Hochschulen	132
15.4 Jobausschreibungen unter Berücksichtigung von Personen mit Migrationshintergrund.....	133
16 Verbindungen zur kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung..	134
16.1 Schlussfolgerungen für die kommunikationswissenschaftliche Forschung zu ethnischer Diversität.....	137
17 Diversity Management	138
17.1 Bedeutung von Diversität und Diversitätsmanagement	138
17.2 Entstehung von Diversitätsmanagement	138
17.3 Ansätze für Diversity Management.....	139
17.4 Bedeutung der Diversitätsmanagement-Ansätze für Medienunternehmen.....	140
17.5 Nutzen von Diversitätsmanagement.....	141
17.6 Problemstellungen und Kritik am Umgang mit Diversität und Diversitätsmanagement	142
17.7 Diversitätsmanagement in Medienunternehmen	143
18 Diversity Management-Strategien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im europäischen Vergleich	145
18.1 <i>BBC</i>	146
18.2 <i>WDR</i>	148
18.3 <i>ORF</i>	151
18.4 Zusammenfassung	155
III EMPIRIE	156
19 Methoden und Untersuchungsdesign	156
19.1 Forschungsleitende Fragen	156
19.2 Untersuchungsgegenstand	157
19.3 Untersuchungsdesign.....	158
20 Die quantitative Befragung.....	159

20.1 Methode und Forschungsdesign	159
20.2 Befragungsinstrument.....	160
20.3 Ablauf der Befragung	161
20.4 Auswertung der quantitativen Studie	162
20.6 Interpretation und Conclusio	196
21 Die qualitative Untersuchung.....	202
21.1 Forschungsablauf der qualitativen Untersuchung	202
21.2 Das Untersuchungsinstrument: <i>Das problemzentrierte Interview</i>	204
21.3 Die Auswertungsmethode: Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring	205
21.4 Ergebnisse der Interviews mit TV-RedakteurInnen	210
21.5 Ergebnisse der Interviews mit VerantwortungsträgerInnen der TV-Sender	254
22 Zusammenfassung	283
22.1 Höherer Anteil an RedakteurInnen mit Migrationshintergrund als bisher angenommen.....	283
22.2 Diversity Management nicht Teil der Strategie.....	284
22.3 Herkunft der TV-RedakteurInnen spielt keine Rolle	285
22.4 Selbst erlebte Barrieren nicht wahrgenommen.....	286
22.5 Habitus und Hierarchie als Selektionsmechanismen.....	287
22.6 Migrationsspezifische Kenntnisse nicht Teil des Qualifikationsprofils	287
22.7 Einsatz interkultureller Kompetenzen abhängig von Identifikation mit Herkunft	288
22.8 Interesse von Personen mit Migrationshintergrund unterschiedlich hoch	289
22.9 Keine bewusste Ablehnung, keine bewusste Thematisierung.....	290
23 Fazit	292
24 Ausblick und Empfehlungen	293
24.1 Mehr sichtbare Diversität	293
24.2 Interesse bei MigrantInnen fördern	293
24.3 Bewusstsein bei Medienunternehmen fördern	294
24.4 Sensibilität in der JournalistInnen-Ausbildung stärken.....	294
24.5 Aktiv-Werden der Medienpolitik	295
25 Forschungsausblick	297
III ANHANG.....	299
1 Literaturverzeichnis	299
2 Abbildungsverzeichnis	326
3 Tabellenverzeichnis	328

4 Übersicht über die beigelegte CD.....	329
5 Zusammenfassung	330
6 Abstract	331
7 Lebenslauf	332

Der Paß ist der edelste Teil von einem Menschen. Er kommt auch nicht auf so einfache Weise zustand wie ein Mensch. Ein Mensch kann überall zustandkommen, auf die leichtsinnigste Art und ohne gescheiten Grund, aber ein Paß niemals. Dafür wird er auch anerkannt, wenn er gut ist, während ein Mensch noch so gut sein kann und doch nicht anerkannt wird.

(Bertold Brecht, „Flüchtlingsgespräche“)

I EINLEITUNG

1.1 Problemstellung

Eine „mehr als kleine Sensation“¹ – so feierte die Tageszeitung *Österreich* die Einstellung einer Moderatorin mit afrikanischen Wurzeln im *ORF*. Dieser Befund aus dem Jahr 2011 sagt bereits einiges über den Umgang mit Diversität in österreichischen Massenmedien und insbesondere über die Situation in Österreichs TV-Medien. Zwar sind Personen mit ausländischen Wurzeln generell im Journalismus und auch im Medium Fernsehen im Jahr 2015 bereits häufiger vertreten als noch vor einigen Jahren, dennoch ist eine Repräsentation gemäß dem Bevölkerungsanteil noch in weiter Ferne. Wie sehr die Thematik an Bedeutung gewinnt, ist nicht zuletzt daran erkennbar, dass sich auch die Kommunikationswissenschaft immer häufiger mit der Repräsentanz von MigrantInnen in Massenmedien auseinandersetzt. Dies zeigt sich zum einen an der Vielzahl an universitären Abschlussarbeiten, die sich mit dem Thema beschäftigen, zum anderen aber auch an Publikationen abseits von Universität und Kongressen, welche den Themenkreis „Migration und Medien“ behandeln. Die Präsenz von JournalistInnen mit Migrationshintergrund im Medium Fernsehen und der Umgang der TV-Sender mit Diversität wurden dabei weitgehend nicht beachtet, wiewohl gerade das Fernsehen bei der Repräsentanz von Gesellschaft eine besondere Rolle einnimmt. Aufgrund seiner Visualität vermittelt das Fernsehen ein Bild von Gesellschaft und entscheidet grundlegend darüber, wie die RezipientInnen diese wahrnehmen und welches Bild eines Territoriums beziehungsweise eines Staates vermittelt wird.² Umso bedeutender in diesen Konstruktionen sind die Ein- und Ausschlüsse von Realität und Gesellschaft. Die mangelnde Vielfalt an Personen unterschiedlicher Herkunft als Medienschaffende und sich Artikulierende in den Massenmedien kann demnach für das Selbstverständnis einer ganzen Gesellschaft weitreichende Folgen haben. Umso zentraler ist die Erforschung der Arbeitsbedingungen und des Umgangs mit Diversität in den TV-Medien.

¹ als: Unterweger: Neues Gesicht für die Kurz-Nachrichten des ORF. In: *Österreich* vom 22.2.2011. S. 26.

² Vgl. Hipfl, Brigitte: Mediale Identitätsräume. Skizzen zu einem ‚spatial turn‘ in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: *Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie*. Hg. v. Brigitte Hipfl [u.a.]. Bielefeld 2004. S. 16-50.

1.1.1 Integration als Bedürfnis moderner Gesellschaften

„Im Prozeß (sic!) der Modernisierung wird die soziale Integration auf lokaler, regionaler, nationaler, supranationaler und globaler Ebene und die Integration dieser Ebenen untereinander zu einem Dauerproblem.“³ Die Frage der Integration stellt keineswegs eine neue Herausforderung dar, vielmehr findet sich die Auseinandersetzung mit Integration bereits in der frühen Moderne. Vor dem Hintergrund der Industrialisierung wurde der Zusammenhalt der Gesellschaft eine immer dringendere Herausforderung. Auf dem Weg in die „Dritte Moderne“ – wo sich unsere Gesellschaft im Moment befinde – ortet Münch die Gefahr einer „Explosion in Gestalt ökologischer Katastrophen, sozialer Eruptionen und massenhafter kultureller Entfremdung“⁴.

„Diese dritte Moderne entfaltet sich jenseits von Liberalismus, Wohlfahrtsökonomie und Nationalstaat in einem System der globalen Interdependenzen.“⁵ Durch die Schwächung der Nationalstaaten im Rahmen dieser Entwicklung muss auch die Frage der Integration über die nationalstaatlichen Grenzen hinaus neu gestellt werden. In diesem Zusammenhang wird Massenmedien vielfach das Potential zur Gewährleistung des Zusammenhalts der Gesellschaft zugeschrieben. Da kaum empirische Studien zur Integrationsfunktion von Medien vorliegen,⁶ schwankt die Einschätzung des Potentials der Massenmedien für den gesellschaftlichen Zusammenhalt zwischen überhöhten Vorstellungen und keiner Wirkung.⁷

1.1.2 Massenmedien als Konstrukteure von Identitätsräumen

Wiewohl die unmittelbare Integrationsleistung von Massenmedien umstritten ist, können die Wirkungsweisen in Bezug auf das Schaffen von Realitäten und Identitätskonstruktionen als Elemente des Integrationsprozesses betrachtet werden. Da Massenmedien durch Selektion und Agenda-Setting wesentlich zu unserem Realitätsverständnis beitragen und zudem häufig die einzige Quelle für Informationen über andere Gruppen von Personen darstellen, prägen sie unser Weltbild. „We are all largely dependent on the media for our images of non-local people, places and events, and the further the ‚event‘ from our own direct experience, the

³ Münch, Richard: Globale Dynamik, lokale Lebenswelten. Der schwierige Weg in die Weltgesellschaft. Frankfurt am Main 1998. S. 37.

⁴ Ebd., S. 11.

⁵ Ebd., S. 117.

⁶ Vgl. Bonfadelli, Heinz: Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien. In: Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Hg. v. Heinz Bonfadelli und Heinz Moser. Wiesbaden 2007. S. 95-115. S. 96.

⁷ Vgl. Jarren, Ottfried: Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an Medien. In: M&K 48. Jahrgang 1/2000. S. 22.

more we depend on media images for the totality of our knowledge.“⁸ Massenmedien konstruieren Identitätsräume, die bestimmte gesellschaftliche Gruppen beinhalten, während andere davon ausgeschlossen sind.⁹ Insofern ist es von zentraler Bedeutung, ob Personen mit Migrationshintergrund in den Massenmedien sichtbar werden. Zusätzlich zu dieser symbolischen Ebene wird die Teilhabe an der Mediengesellschaft von Klaus und Lünenborg als Element von Staatsbürgerschaft – als Cultural Citizenship – verortet, die einen bedeutenden Aspekt der Zugehörigkeit zu einer Gesellschaft darstellt.¹⁰ Zudem wird die gleichberechtigte Teilhabe an der Produktion von Massenmedien auch unter dem Aspekt der Beeinflussung der Medieninhalte diskutiert, allerdings wird der Diskurs, ob eine höhere Repräsentanz von JournalistInnen mit Migrationshintergrund auch minderheitenfreundlichere Inhalte zutage fördern würde, sehr kontrovers geführt. Empirische Studien hatten sowohl Indizien für eine solche positive Veränderung der Inhalte als auch Belege, die dagegen sprechen, zum Ergebnis.¹¹ Tatsächlich dürfte die Repräsentanz von JournalistInnen mit Migrationshintergrund alleine nicht genügen; für eine Veränderung in den Inhalten müssten vor allem die bisher von der Mehrheit dominierten Strukturen verändert werden. Nach dem Konzept der *Medialen Integration* müsste sich Integration sowohl auf der Personalebene – als gleichberechtigte Teilhabe von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund – als auch in den Inhalten – in Form von fairer Berichterstattung – und auf der Rezeptionsebene, indem MigrantInnen Teil des Publikums werden, widerspiegeln.

1.1.3 Fehlende Datenlage zu Diversität in den Massenmedien

So bedeutend die Frage nach der Teilhabe von Minderheiten am journalistischen Produktionsprozess auch ist, so wenig Daten existieren im deutschsprachigen Raum zu dieser Thematik. In Österreich beschäftigten sich nur einzelne Untersuchungen mit dem Anteil und den Arbeitsbedingungen von JournalistInnen mit Migrationshintergrund, wobei diese zum Teil nur Schätzungen über die Zahl an RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln abgeben konnten.¹² Einer Schätzung von Herczeg nach liegt der Anteil der JournalistInnen mit

⁸ Morley, David und Robins, Kevin: Spaces of Identity. Global media, electronic landscape and cultural boundaries. London und New York 1995. S. 133.

⁹ Vgl. Hipfl, Identitätsräume.

¹⁰ Klaus, Elisabeth und Lünenborg, Margreth: Cultural Citizenship. Ein kommunikationswissenschaftliches Konzept zur Bestimmung kultureller Teilhabe in der Mediengesellschaft. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Jg. 2004/2. S. 193-213.

¹¹ Im Kapitel *Argumentationsweisen für größere Diversität im journalistischen Personal* wird näher auf die empirischen Befunde zu Auswirkungen des journalistischen Personals auf die Inhalte eingegangen.

¹² Vgl. Herczeg, Petra: Geschlossene Gesellschaft: Über Diversität in den Medien, Journalismus und Migration. In: Migration und Integration – wissenschaftliche Perspektiven aus Österreich. Hg. v. Julia Dahlvik [u.a.].

Migrationshintergrund in Österreich bei 0,49 Prozent, was allerdings aufgrund der Erhebungsmethode angezweifelt werden muss.¹³ Schöllhammer kommt in einer jüngeren Arbeit auf einen Anteil von 14 Prozent unter Print-JournalistInnen, hält aber fest, dass diese Zahl vermutlich aufgrund des großen Interesses von Personen mit Migrationshintergrund am Thema zustande gekommen sei.¹⁴

Ziel dieser Arbeit ist es, erste Daten zur Beteiligung von Personen mit Migrationshintergrund im journalistischen Produktionsprozess österreichischer Fernsehunternehmen zu ermitteln und einen Befund über die Arbeitssituation, mögliche Diskriminierungen und das Selbstverständnis von TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund zu erstellen. Des Weiteren werden Strategien und Einstellungen der österreichischen TV-Unternehmen im Hinblick auf Diversity Management untersucht.

1.2 Zentrale Fragestellungen für die Untersuchung

Die zentrale Fragestellung für diese Untersuchung von Diversität in österreichischen TV-Sendern lautet:

Existiert ethnische Diversität in den österreichischen TV-Unternehmen?

Aufbauend auf diese Frage sind folgende weitere Fragestellungen forschungsleitend:

- *Wie hoch ist der Anteil an JournalistInnen in österreichischen TV-Unternehmen?*
- *Wie groß ist die sichtbare Diversität in Österreichs Fernsehsendern?*
- *Auf welchen Hierarchieebenen arbeiten RedakteurInnen mit Migrationshintergrund?*
- *Welche Bedeutung hat die Integration von Personen mit Migrationshintergrund für die Fernsehsender?*
- *Wie gehen die TV-Sender mit der Zuschreibung „Migrationshintergrund“ um?*
- *Existieren Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund – beim Einstieg in den Journalismus beziehungsweise im Journalismus?*
- *Welchen Stellenwert nimmt die Herkunft bei der Arbeit als JournalistIn ein?*

Göttingen und Wien 2012. S. 177-192.

¹³ Herczeg konnte in 35 Medienunternehmen 35 JournalistInnen mit Migrationshintergrund feststellen. Diese 35 Personen wurden auf alle 7.100 JournalistInnen in Österreich hochgerechnet. Somit ergibt sich die Schätzung von 0,49 Prozent. Aufgrund dieser Rechenmethode als auch aufgrund der Erhebungsmethode, Chefredaktionen über den Anteil an MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund zu befragen, wird diese Zahl infrage gestellt.

¹⁴ Vgl. Schöllhammer, Gertraud: KommunikatorIn MigrantIn - Cultural Diversity in österreichischen Tageszeitungen. Wien 2012 (=Dissertation). S. 213.

1.3 Aufbau der Arbeit

Theoretischer Teil

Die vorliegende Arbeit widmet sich im ersten Kapitel des theoretischen Teils dem *Forschungsstand* zu MigrantInnen und Medien und behandelt dabei internationale wie nationale Forschung zu Inhalts-, Produktion-, sowie Rezeptionsebene. Anschließend wird der Status Quo der Medialen Integration in der Praxis in unterschiedlichen nationalen Kontexten diskutiert. In Zusammenhang mit umstrittenen Konzepten wie jenem der Integration ist das Abstecken von Begriffen von zentraler Bedeutung. Das dritte Kapitel widmet sich daher den soziologischen und kommunikationswissenschaftlichen Begriffen, die in der vorliegenden Arbeit verwendet werden, und macht die Problematik von Begriffsdefinitionen – sowohl in der Wissenschaft als auch im alltagsweltlichen Gebrauch – deutlich. Die theoretische Basis für die Untersuchung bilden Theorien der *Cultural Studies*. Dem Journalismusbegriff der *Cultural Studies*, sowie Inklusionen und Exklusionen in der Mediengesellschaft, widmet sich das folgende Kapitel. Um das Integrationspotential von Massenmedien ergründen zu können, bedarf es zunächst einer Analyse der Mechanismen von Massenmedien – eine solche liegt im Kapitel *Die Wirkungsweisen der Massenmedien* vor. Das Kapitel *Integration – Begriff, Zugänge, Modelle* nähert sich dem Konzept der Integration von verschiedenen Seiten an und untersucht Integrationszugänge, sowie Assimilations-, Multikulturalismus- und Transnationalismus-Theorien. Im Kapitel *11 Die Integrationsfunktion der Massenmedien* wird das Integrationspotential von Massenmedien untersucht, indem integrierende und desintegrierende Effekte von Massenmedien einander gegenübergestellt werden. Dem Modell der *Medialen Identitätsräume* ist das folgende Kapitel gewidmet. Im darauffolgenden Kapitel *Chancen und Problematik von Visualisierungsstrategien* werden die Möglichkeiten diskutiert, die eine verstärkte visuelle Präsenz von Personen mit Migrationshintergrund bringt. Eine zentrale Fragestellung in der vorliegenden Arbeit beinhaltet mögliche Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund: In Kapitel *13 Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund* werden die Ergebnisse früherer Studien zu dieser Thematik dargelegt, gefolgt von Argumenten aus Wissenschaft und Praxis für eine größere Teilhabe von JournalistInnen mit Migrationshintergrund am medialen Produktionsprozess. Initiativen, mit denen Personen mit ausländischen Wurzeln in Medienunternehmen integriert werden sollen und deren Wirksamkeit werden im Kapitel *Formen der Teilhabe* vorgestellt und diskutiert. Ein Exkurs in die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung zeigt Ähnlichkeiten zum Umgang mit der Diversitätsdimension Gender und macht sich empirische

Befunde aus der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung zunutze. Das vorletzte Kapitel des Theorieteils beschäftigt sich mit Konzepten des Diversity Managements und argumentiert die Bedeutung dieser Ansätze für Medienunternehmen, bevor im letzten Kapitel die *Diversity-Management*-Strategien öffentlich-rechtlicher Sender gegenübergestellt werden. Hier wird der Umgang mit Diversität in der britischen *BBC*, im deutschen *WDR* und im österreichischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk *ORF* verglichen. Dieses praxisbetonte Kapitel stellt somit einen guten Übergang zum empirischen Teil der Arbeit dar.

Empirischer Teil

Im empirischen Teil werden zunächst die forschungsleitenden Fragen der Untersuchung, der Untersuchungsgegenstand und das Untersuchungsdesign der gesamten Studie erläutert. Schließlich folgt die detaillierte Beschreibung des Untersuchungsdesigns der quantitativen Studie. Das Befragungsinstrument des Online-Fragebogens, der Ablauf der Befragung, Schwierigkeiten bei der Untersuchung und die Auswertungsmethode stellen weitere Punkte dieses Kapitels dar. Die Auswertungsergebnisse und die Interpretation der Forschungsergebnisse der Online-Studie mit TV-JournalistInnen bilden den zentralen Teil dieses Kapitels. Der qualitative Part besteht aus Interviews mit autochthonen RedakteurInnen, sowie JournalistInnen mit Migrationshintergrund und Medienverantwortlichen österreichischer TV-Unternehmen. Auch hier werden zunächst der Forschungsablauf, das Untersuchungsinstrument und die Auswertungsmethode dargelegt, bevor die Ergebnisse der Interviews mit JournalistInnen und VerantwortungsträgerInnen präsentiert werden.

Den Abschluss der Arbeit bilden ein Fazit mit zusammenfassender Interpretation der Forschungsergebnisse und das Kapitel *Ausblick und Empfehlungen*, das Ratschläge zum Umgang mit Diversität in Medienunternehmen und in der JournalistInnen-Ausbildung enthält.

II THEORIE

2 Forschungsstand

2.1 Internationaler Forschungsstand

Die Forschung unter dem Überbegriff „Migration und Medien“ hat sich in den vergangenen zehn Jahren weiterentwickelt. Deutlich später als in anderen europäischen Staaten hat die Thematik zuletzt auch in Deutschland, der Schweiz und Österreich große Bedeutung erlangt, was sich an der Häufigkeit der erscheinenden Publikationen in diesem Bereich zeigt.¹⁵

Die Ursachen für die unterschiedliche Entwicklung der Forschung liegen mitunter in den historischen Gegebenheiten der Staaten: In Ländern mit einer längeren Migrationsgeschichte wurde etwa die Berichterstattung über MigrantInnen bereits weit früher analysiert als in Staaten mit einer jüngeren Auseinandersetzung mit Migration.¹⁶ Länder wie die USA oder Großbritannien sind aufgrund ihrer Migrationsgeschichte seit mehreren Jahrzehnten mit dem Thema vertraut und haben auch Migration im Kontext von Massenmedien weit früher als Analysegegenstand erkannt. Dies zeigt sich etwa im Forschungsstand zur Berichterstattung über MigrantInnen, die in Großbritannien bereits in den 1950er-Jahren untersucht wurde.¹⁷ In den USA war der Bericht der Kerner Commission ausschlaggebend dafür, dass die Berichterstattung über „ethnic minorities“ in großem Ausmaß diskutiert wurde. In dem Bericht wurde die nicht adäquate Berichterstattung über die schwarze Bevölkerung für die „Rassenunruhen“ mitverantwortlich gemacht.¹⁸

In Deutschland wurde in den 1970er-Jahren die erste Publikation veröffentlicht, die sich mit der Darstellung von Zugewanderten in der Berichterstattung auseinandersetzt.¹⁹ Es folgten weitere Studien in den 1980er- und 1990er Jahren, welche die Presseberichterstattung über MigrantInnen untersuchten.²⁰ Generell lassen sich – angelehnt an das Modell der *Medialen Integration* von Geißler und Pöttker – drei Analyseebenen unterscheiden: MigrantInnen als

¹⁵ Allerdings muss zwischen dem Forschungsstand in Deutschland, der Schweiz und Österreich differenziert werden, da Österreich hinsichtlich der Publikationen im Themenbereich „Migration und Medien“ deutlich hinterher hinkt.

¹⁶ Vgl. Ter Wal, Jessica: Racism and Cultural Diversity in the Mass Media. An overview of research and examples of good practice in the EU Member States 1995 – 2000. Wien 2002. S.32.

¹⁷ Vgl. Cottle, Simon: Media research and ethnic minorities: Mapping the field. In: Ethnic minorities and the media. Changing cultural boundaries. Hg. v. Simon Cottle. Philadelphia 2000. S. 1-31. S. 8.

¹⁸ Vgl. Cottle, Media, S. 8.

¹⁹ Vgl. Delgado, J. Manuel: Die Gastarbeiter in der Presse. Eine inhaltsanalytische Studie. Opladen 1972.

²⁰ Vgl. Merten, Klaus: Das Bild der Ausländer in der deutschen Presse. Ergebnisse einer systematischen Inhaltsanalyse. Frankfurt am Main 1986.

Inhalt der Berichterstattung,²¹ als *RezipientInnen* und *MigrantInnen* als *MedienproduzentInnen*.

Im Jahr 2005 zogen Geißler und Pöttker in ihrem Sammelband *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland* Bilanz über den bisherigen Forschungsstand in Deutschland und stellten dabei einen groben Mangel an Forschungsarbeiten zur *Medienrezeption von MigrantInnen* und bei der Untersuchung von *MigrantInnen als MedienproduzentInnen* fest. Die *Darstellung von MigrantInnen in der Medienberichterstattung* war dagegen schon zum damaligen Zeitpunkt ein weitgehend gut beforschter Teilbereich in Deutschland.²² In den darauffolgenden Jahren entwickelte sich auch die Forschung in den zuvor mangelhaft untersuchten Gegenständen weiter.

Die Inhaltsebene: Wie erwähnt war der Forschungsstand zur Berichterstattung über Zugewanderte weiter fortgeschritten als jener zu *Produktions-* und *Rezeptionsebene*. Bei Bonfadelli findet sich eine Bilanz über die Ergebnisse der inhaltsanalytischen Forschung bis ins Jahr 2007.²³

- MigrantInnen werden demnach in der Medienberichterstattung kaum thematisiert.
- Wenn thematisiert, dann erscheinen Zugewanderte zumeist in problemorientiertem Kontext.
- MigrantInnen können sich in der Medienberichterstattung selten selbst äußern, sie treten zumeist als „passives Objekt der Berichterstattung“²⁴ auf.

Diese Befunde beziehen sich in erster Linie auf die Presseberichterstattung, da diese vermehrt beforscht wurde, ähnliche Tendenzen lassen sich auch in der Fernsehberichterstattung festmachen.²⁵

²¹ Einen Überblick zum Forschungsstand zu MigrantInnen als *Inhalt der Berichterstattung* bieten Müller und Bonfadelli, wobei sich die Analysen nur im Zeitraum bis zum Jahr 2005 bzw. 2007 bewegen.

Vgl. Müller, Daniel: Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld 2005. S. 83-126.

Vgl. Bonfadelli, Darstellung.

²² Vgl. Geißler, Rainer und Pöttker, Horst: Bilanz. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld 2005. S. 391-396. S. 391.

²³ Vgl. Bonfadelli, Darstellung, S. 103 f.

²⁴ Bonfadelli, Darstellung, S. 104.

²⁵ Vgl. Müller, Darstellung, S. 110.

Die Produktionsebene: In der jüngeren Vergangenheit untersuchten mehrere Studien die Teilhabe von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund am journalistischen Produktionsprozess,²⁶ mögliche Gründe für eine geringe Repräsentanz von JournalistInnen mit Migrationshintergrund²⁷ und etwaige Barrieren für dieselben. Dabei wurde etwa versucht, repräsentative Daten über den Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in deutschen Printmedien zu ermitteln. Dieses Ziel konnte aufgrund der Schwierigkeit, an Daten über die Herkunft der JournalistInnen zu gelangen, nicht erreicht werden; jedoch wurde der Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in deutschen Zeitungen auf 1,2 Prozent geschätzt.²⁸

Die Gründe für eine geringe Teilhabe von MigrantInnen am journalistischen Produktionsprozess wurden von Miltiadis Oulios in einer qualitativen Studie untersucht:²⁹ Aus der Sicht von EntscheidungsträgerInnen in den Medienhäusern würde es an BewerberInnen mit Migrationshintergrund mangeln. RedakteurInnen mit Migrationshintergrund machten des Weiteren die Erfahrung, dass ihre Qualifikationen angezweifelt wurden, auch fehlende Netzwerke wurden als ein Grund für den niedrigen Anteil an JournalistInnen mit Migrationshintergrund in Deutschland angenommen.³⁰ Als ein weiterer möglicher Grund für die geringe Repräsentanz von Personen mit Migrationshintergrund in Massenmedien wird unter anderem das fehlende Interesse von jungen Menschen für den Beruf des/der JournalistIn angenommen.³¹ Daneben wurde in der jüngeren Forschung auch Intersektionalität berücksichtigt: So wurden Journalistinnen mit Migrationshintergrund zum Gegenstand einzelner Untersuchungen. Röben ortete im Jahr

²⁶ Vgl. Geißler, Rainer [u.a.]: Wenig ethnische Diversität in deutschen Zeitungsredaktionen. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2009. S. 79-117.

²⁷ Vgl. Oulios, Miltiadis: Weshalb gibt es so wenig Journalisten mit Einwanderungshintergrund in deutschen Massenmedien? In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2009. S. 119-144.

²⁸ In der Studie von Geißler [u.a.] wurden zunächst die Zeitungsredaktionen kontaktiert und über mögliche MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund befragt. Diesen JournalistInnen wurde in weiterer Folge ein Fragebogen zugesandt. Die Problematik besteht jedoch darin, dass viele Redaktionen nicht über die Herkunft ihrer MitarbeiterInnen Bescheid wissen und davon ausgegangen werden kann, dass dadurch einige RedakteurInnen mit Migrationshintergrund nicht erreicht wurden.

Vgl. Geißler [u.a.], Diversität, S. 79-117.

²⁹ Vgl. Oulios, Journalisten, S. 128 ff.

³⁰ Eine detaillierte Auseinandersetzung mit möglichen Gründen für einen geringen Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund findet sich im Kapitel 13 *Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund*.

³¹ Die Berufsvorstellungen von Jugendlichen und das Qualifikationsprofil privater Medienunternehmen untersucht Pöttker in einer im März 2015 erscheinenden Studie.

2010 hinsichtlich Journalistinnen im deutschen Journalismus allerdings noch einen „weißen Fleck“³² in der Forschung.

Die Rezeptionsebene: Die Mediennutzung von MigrantInnen war lange Zeit ebenfalls ein wenig beforschtes Gebiet. In einer Analyse des Forschungsstands zur Medienrezeption von Zugewanderten zwischen 1988 und 2004 wurden 23 Publikationen zu diesem Gegenstand gezählt.³³ Auch hier zeichnet sich ab, dass in Ländern mit mehr Erfahrung mit MigrantInnen die kommunikationswissenschaftliche Forschung zur Thematik weiter fortgeschritten war. Inhaltlich widmeten sich die Studien vor allem einem möglichen Zusammenhang zwischen Integration und Mediennutzung, dem Zusammenhang mit Identität und dem Familienalltag.³⁴ Piga bemängelt dabei die fehlende Erforschung des Kausalitätszusammenhangs von Integration und Medienrezeption von MigrantInnen.³⁵

Die Ergebnisse der Mediennutzungsstudien wurden von Piga zusammengefasst:³⁶

- Demnach lässt sich die These eines „Medienghetts“, wonach MigrantInnen vor allem die Medien ihrer Heimat nutzen, nicht belegen; viel mehr werden sowohl Medien aus der Heimat als auch jene des Aufnahmelandes genutzt. Nur von wenigen MigrantInnen der ersten Generation werden ausschließlich Medien aus dem Heimatland genutzt.
- Bei jugendlichen MediennutzerInnen hat die Zugehörigkeit zur jeweiligen Jugendkultur größeren Einfluss auf die Nutzungsgewohnheiten als die Herkunft.
- Ein Zusammenhang zwischen der Mediennutzung und der Integration von Zugewanderten wurde zum Teil festgestellt, kann aber nicht als allgemein gültig angenommen werden.

In der jüngeren Nutzungsforschung wurde die Medienrezeption von Jugendlichen stärker beforscht³⁷ und auch das Internet wurde verstärkt zum Gegenstand der

³² Röben, Bärbel: Migrantinnen im deutschen Journalismus – ein weißer Fleck. Forschungsüberblick und Perspektiven. In: Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. Festschrift für Horst Pöttker. Hg. v. Tobias Eberwein und Daniel Müller. Wiesbaden 2010. S. 263-279.

³³ Vgl. Piga, Andrea: Mediennutzung von Migranten: Ein Forschungsüberblick. In: Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Hg. v. Heinz Bonfadelli und Heinz Moser. Wiesbaden 2007. S. 209-234. S. 217 f.

³⁴ Vgl. ebd., S. 219.

³⁵ Vgl. ebd., S. 225.

³⁶ Vgl. ebd. 222 f.

³⁷ Vgl. Trebbe, Joachim [u.a.]: 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. Berlin 2010.

Mediennutzungsforschung.³⁸ Die Medien- und Kommunikationswissenschaft reagierte damit auf die verstärkte Internetnutzung von Jugendlichen (mit Migrationshintergrund) und die damit einhergehende Bedeutung des Internet für die Teilhabe an der Gesellschaft und die persönliche Entwicklung.³⁹

2.2 Österreichischer Forschungsstand

Die Situation hat sich in den vergangenen Jahren zwar auch in Österreich zugunsten einer verstärkten Forschungstätigkeit zu „Massenmedien und Migration“ verändert, dennoch handelt es sich hierbei nach wie vor um eine Thematik, die zumeist in universitären Abschlussarbeiten behandelt wird.

Die Inhaltsebene: Vor allem die Darstellung von Zugewanderten in der Berichterstattung wurde in Österreich hauptsächlich in Diplomarbeiten erforscht.⁴⁰ Auch kleinere Forschungsprojekte zu MigrantInnen in Medienberichten finden sich,⁴¹ aber an großen Studien zum Bild der MigrantInnen in der österreichischen Medienberichterstattung mangelt es in der österreichischen Kommunikationswissenschaft.

Die Rezeptionsebene: MigrantInnen als MediennutzerInnen wurden in der *ORF-Studie Migranten und Fernsehen* im Jahr 2007 untersucht. Dabei wurden neben soziodemographischen Daten auch das Interesse an Programminhalten und die Nutzung anderer Medien abgefragt.⁴² Des Weiteren gab der *ORF* eine Public Value-Studie in Auftrag, in der MigrantInnen unter anderem die Medienberichterstattung über Zugewanderte

Vgl. Jugend, Medien und Migration : Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Hg. v. Heinz Bonfadelli [u.a.]. Wiesbaden 2008.

³⁸ Vgl. Kissau, Kathrin: Das Integrationspotential des Internet für Migranten. Wiesbaden 2008.

Vgl. Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Hg. v. Kathrin Kissau und Uwe Hunger. Wiesbaden 2009.

³⁹ Vgl. Kissau, Kathrin und Hunger, Uwe: Internet und Migration. Einführung in das Buch. In: Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Hg. v. Kathrin Kissau und Uwe Hunger. Wiesbaden 2009. S. 7-11. S.7.

⁴⁰ Vgl. Oelberg, Leslie: Die Sprache in den österreichischen Printmedien als Transportmittel von Meinung und Vorurteil : eine Analyse der Berichterstattung des Themas Einwanderung am Beispiel rumänischer Migranten 1989/90. Wien 2002.

Vgl. Rohrauer, Bettina: "Du nix Hammel braten in Hof ..." : Fremdenbild und Ausländerpolitik in Grazer Printmedien ; eine linguistische Analyse. Graz 1995 (=Diplomarbeit).

⁴¹ Vgl. Brantner, Cornelia und Herczeg, Petra: Diversität und Rundfunk. Die Integrationsleistung des österreichischen Hörfunks - Die Repräsentanz von MigrantInnen in den Radionachrichtensendungen. Working Paper, 1. Sozialwissenschaftlichen Forum Wien. Wien 2011.

⁴² Vgl. Migranten und Fernsehen in Österreich. Hg. v. GfK Austria. Wien 2008. Im Internet: http://mediaresearch.orf.at/index2.htm?studien/studien_migranten.htm (zuletzt eingesehen am 16.12.2013).

bewerteten. Die Ergebnisse sind angesichts der Forschungsbefunde zur Berichterstattung über MigrantInnen wenig überraschend: Personen mit Migrationshintergrund fordern eine stärkere Präsenz von ZuwanderInnen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und lehnen die negative Darstellung von MigrantInnen in der Medienberichterstattung ab.⁴³

Neben diesen beiden Mediennutzungsstudien wurde das Rezeptionsverhalten von MigrantInnen auch in einzelnen universitären Abschlussarbeiten behandelt. Die Arbeiten konzentrierten sich allerdings zumeist auf einzelne MigrantInnengruppen in Österreich.⁴⁴

Die Produktionsebene: MigrantInnen als RedakteurInnen in österreichischen Medienhäusern war lange Zeit ein völlig unerforschter Teilbereich. Auf den Missstand einer fehlenden Datenlage zur Beteiligung von Personen mit Migrationshintergrund am journalistischen Produktionsprozess wurde zwar hingewiesen, eine Pilotstudie zur Erhebung dieses Anteils erfolgte jedoch erst im Jahr 2010. Herczeg befragte dazu österreichische Medienhäuser über die Anzahl der MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund. Aufgrund der Schwierigkeiten bei der Erhebung wurde schließlich eine Schätzung abgegeben, wonach 0,49 Prozent der in Österreich arbeitenden JournalistInnen Migrationshintergrund haben.⁴⁵

Ein weitaus höherer Anteil an RedakteurInnen mit Migrationshintergrund wurde von Schöllhammer ermittelt, bei deren Befragung von PrintjournalistInnen in österreichischen Tageszeitungen 14 Prozent der Befragten einen Migrationshintergrund hatten. Die Autorin gibt allerdings zu bedenken, dass der in der Studie ermittelte Prozentsatz wohl nicht dem tatsächlichen Anteil entspricht, weil sich vermutlich eher Personen mit Migrationshintergrund von der Studie angesprochen fühlten.⁴⁶

Eine Umfrage der Medien-Servicestelle Neue Österreicher/innen legte allerdings einen ähnlich hohen Anteil an Personen mit Migrationshintergrund im österreichischen Journalismus nahe: In der Umfrage betrug dieser 10,6 Prozent. Werden nur Personen, die selbst oder deren beide Eltern zugewandert sind, als Menschen „mit Migrationshintergrund“

⁴³ Vgl. Hausjell, Fritz: Endbericht zur wissenschaftliche Studie zum Thema Warum MigrantInnen derzeit ORF-Programmangebote in den Bereichen Fernsehen, Hörfunk und Online wenig oder nicht nutzen – und mit welchen Innovationen und Maßnahmen sie stärker angesprochen werden können. Wien 2010.

⁴⁴ Vgl. Özgül, Atila: Die Mediennutzung türkischer Migranten in Österreich : ein Vergleich zwischen der ersten und zweiten Generation. Wien 2006 (=Diplomarbeit).

Vgl. Lackner, Helga: Fremde als Mediennutzer: eine qualitative Analyse von Mediennutzung und medienbezogenen Bedürfnissen am Beispiel von Migranten aus dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawien und deren Nachkommen in Österreich. Wien 2000 (=Diplomarbeit).

Vgl. Gouma, Assimina: Migration und Medien. Mediennutzung, Identität und politische Partizipation der GriechInnen in Wien. Wien 2007 (=Diplomarbeit).

⁴⁵ Vgl. Herczeg, Gesellschaft.

⁴⁶ Vgl. Schöllhammer, KommunikatorIn, S. 213.

gewertet, beläuft sich der Anteil unter den österreichischen JournalistInnen in dieser Studie immerhin noch auf fünf Prozent.⁴⁷

Die Arbeitsbedingungen und möglichen Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund beim Einstieg in den Beruf beziehungsweise im Berufsleben wurden in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung weitgehend ausgeklammert: Lediglich einzelne universitäre Abschlussarbeiten untersuchten die Thematik am Rande.⁴⁸ Schöllhammer befragte die Print-RedakteurInnen in ihrer Studie auch zu Diskriminierung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund: Dabei gaben einzelne RedakteurInnen mit Migrationshintergrund an, mehr leisten zu müssen als ihre autochthonen KollegInnen, auch mit diskriminierenden Meldungen von LeserInnen waren einzelne Befragte in ihrer beruflichen Laufbahn bereits konfrontiert.⁴⁹ Der Aspekt der Barrieren wurde im Zuge dieser Studie allerdings nur gestreift, sodass diesbezüglich keine allgemeingültigen Aussagen gemacht werden können.

2.2.1 Forschungslücken

Nach der Analyse des österreichischen Forschungsstands sollen jene Aspekte des Themenbereichs „Migration und Medien“ genannt werden, die in der österreichischen Kommunikationswissenschaft noch wenig Beachtung erlangt haben. Diese sind sowohl auf der *Inhaltsebene* als auch auf der *Rezeptions-* und *Produktionsebene* festzumachen, wobei die Produktionsebene von besonderer Bedeutung für dieses Dissertationsprojekt ist, da gerade auf dieser Ebene einige Forschungslücken geschlossen werden sollen.

- Auf der *Inhaltsebene* mangelt es an großen Studien zur Berichterstattung über MigrantInnen in Österreich, die über einen längeren Zeitraum die Darstellung von Zugewanderten in österreichischen Medien untersuchen.⁵⁰
- Auf der *Rezeptionsebene* fehlen unter anderem – wie es Piga vorschlägt – Studien über die kausale Verbindung von Medienrezeption und Integration von MigrantInnen.⁵¹

⁴⁷ Vgl. Medienservicestelle: JournalistInnen mit Migrationshintergrund: Neue Zahlen. Im Internet: http://medienservicestelle.at/migration_bewegt/2012/11/21/neue-zahlen-zu-journalistinnen-mit-migrationshintergrund/ (zuletzt eingesehen am 16.12.2013).

⁴⁸ Vgl. Stradner, Maria: Mehrheit – Macht – Medien. Die Integration von Personen mit Migrationshintergrund in die österreichischen Redaktionen. Graz 2010 (=Diplomarbeit).

⁴⁹ Vgl. Schöllhammer, Gertraud: KommunikatorIn MigrantIn - Cultural Diversity in österreichischen Tageszeitungen. Wien 2012 (=Dissertation).

⁵⁰ Vgl. Zauner, Karin: Zuwanderung – Herausforderung für Österreichs Medien. Wien 2011 (=Dissertation). S. 55.

⁵¹ Vgl. Piga, Mediennutzung, S. 225.

- Auf der *Produktionsebene* mangelt es an Zahlen über die Beteiligung von JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln – etwa im Radio und im TV. Weiters sind mögliche Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund weitgehend unerforscht und auch der Umgang seitens der Medienunternehmen mit Diversität im Personal wurde kaum thematisiert.
- Die Intersektionalität wird ein weiterer Aspekt für künftige Studien sein. Die Fragen, die sich hier stellen, sind unter anderem folgende: Wie steht es um die Arbeitsbedingungen von Journalistinnen mit Migrationshintergrund? Wie wirken hier die Dimensionen Ethnie und Geschlecht zusammen?

Die hier erwähnten Forschungslücken erscheinen der Autorin am bedeutendsten für die künftige Bearbeitung, weitere noch zu untersuchende Themenstellungen finden sich etwa bei Zauner.⁵² Die vorliegende Studie zielt darauf ab, sowohl Zahlen über den Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund im österreichischen TV zu erheben als auch den Umgang der JournalistInnen mit ihren Wurzeln im Beruf zu untersuchen.

Des Weiteren sind der Zugang der TV-Sender zu ethnischer Diversität und mögliche Strategien der untersuchten Medienunternehmen Teil der vorliegenden Analyse.

⁵² Vgl. Zauner, *Zuwanderung*, 54 ff.

3 Status Quo der Medialen Integration im Ländervergleich

An dieser Stelle soll der Status Quo unterschiedlicher Länder zum Thema Diversity Management innerhalb der Mainstream-Medien thematisiert werden. Ein Einblick in die jeweilige Situation des Landes wird durch die Darstellung mehrerer Bereiche gewährleistet: Das sind zum einen Erhebungen zur Beteiligung von Personen mit Migrationshintergrund beziehungsweise Minderheiten am journalistischen Produktionsprozess, wobei nicht alle betrachteten Staaten über derartige Daten verfügen; zum anderen medienpolitische Strategien in punkto Minderheitenförderung im jeweiligen Land und der Zugang einzelner Medien und Aktivitäten derselben in der Frage der Diversity-Politik. Dieser Überblick soll auch aufzeigen, wo sich Österreich im Vergleich zu anderen Staaten befindet.

Ein Datenvergleich über den Anteil der JournalistInnen mit Migrationshintergrund im internationalen Vergleich ist nur schwer zu erbringen, da in den verschiedenen Staaten unterschiedliche Begrifflichkeiten und Definitionen für Menschen mit ausländischen Wurzeln beziehungsweise ethnische Minderheiten gebraucht werden. Während in den USA und in Kanada zwischen ethnischer Zugehörigkeit unterschieden wird – wobei bei den meisten Daten nicht transparent ist, wie weit der „ethnic background“ zurückgeht – spricht man in Deutschland und Österreich von Menschen mit Migrationshintergrund. Dazu wird häufig diese Definition herangezogen: Menschen, die selbst oder deren Eltern im Ausland geboren wurden.⁵³ Dementsprechend dient dieser Überblick weniger dazu, Zahlen miteinander zu vergleichen, als viel mehr dazu, einen Eindruck über den Umgang mit Migration und Medien im jeweiligen Land zu gewinnen und daraus Schlüsse über unterschiedliche Diversity Management-Strategien ziehen zu können.

⁵³ Vgl. Conference of European Statisticians Recommendations for the 2010 Censuses of Population and Housing. Hg. v. United Nations. New York and Geneva 2006. Im Internet: http://www.unecce.org/stats/publications/CES_2010_Census_Recommendations_English.pdf. S. 90 (zuletzt eingesehen am 18.12.2013).

3.1 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in den USA

Durch die Geschichte der Vereinigten Staaten und die daraus resultierende Zusammensetzung der US-amerikanischen Bevölkerung ist das Thema des Umgangs der Medien mit Minderheiten – im Vergleich zu einigen europäischen Staaten – bereits früh Gegenstand der Diskussion gewesen. Den Auftakt bildete ein Report der Kerner Kommission Ende der 1960er-Jahre, in dem das Missverhältnis in der medialen Darstellung zwischen Weißen und Afro-AmerikanerInnen thematisiert wurde.⁵⁴ Ausgelöst wurde die Debatte durch Aufstände in der schwarzen Bevölkerung in den 1960er-Jahren. Der Bericht der Kerner Kommission befasste sich mit der Diskriminierung von Afro-AmerikanerInnen in Massenmedien und stellte schon damals als eine der zentralen Forderungen die Integration von JournalistInnen mit afro-amerikanischen Wurzeln in die US-amerikanischen Redaktionen.⁵⁵

In weiterer Folge stieg die Aufmerksamkeit für die Repräsentation ethnischer Minderheiten in den US-amerikanischen Massenmedien. Bemerkenswert dabei ist, dass diese Entwicklung schon früh aufgrund marktwirtschaftlicher Gedanken forciert wurde und weniger als Konsequenz des politischen Drucks auf die Medienunternehmen entstand.

„There seems thus to be a tendency for the representation of minorities in the American media to be served by the market, and by economic interests, than by the authorities nominally responsible for the promotion of ethnic diversity.“⁵⁶

Die Förderung von Minderheiten wird in den USA auch von offizieller Seite eingefordert – im Bereich der audiovisuellen Medien ist dafür die Regulierungsbehörde Federal Communications Commission zuständig. Die FCC knüpft Auflagen zur Lizenzvergabe an die bestehende Diversität.⁵⁷ Ziel ist dabei „equal employment opportunity“⁵⁸ – also Gerechtigkeit bei den Beschäftigungschancen. Trotz diesbezüglicher Auflagen bei der Lizenzvergabe scheint für US-amerikanische Sender dennoch ein höherer Marktanteil und hier speziell die

⁵⁴ Vgl. Hargreaves, Alec G.: Ethnic diversity and the media in the United States. In: Media and Cultural Diversity in Europe and North America. Hg. v. Claire Frachon. Paris 2009. S. 104-108. S. 104 f.

⁵⁵ Vgl. Starck, Kenneth: Embracing Unity in Diversity: Media and Ethnic Minorities in the USA. In: Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2006. S.149-178. S. 156.

⁵⁶ Hargreaves, Diversity, S. 108.

⁵⁷ Vgl. Zabel, Christian: Wettbewerb im deutschen TV-Produktionssektor. Produktionsprozesse, Innovationsmanagement und Timing-Strategien. Wiesbaden 2009. S. 118 f.

⁵⁸ Pöttker, Horst und Weibert, Anne: Diversity. Ethnische Minderheiten in den Medien der USA. In: Medien und Integration in Nordamerika. Erfahrungen aus den Einwanderungsländern Kanada und USA. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2010. S. 165-189. S. 179.

Ansprache des zahlenmäßig großen Publikums ethnischer Minderheiten ausschlaggebend für die stärkere Präsenz von Minderheiten in den Programmen zu sein.

„The programming offered by the cable and satellite operators often includes a strong ethnic minority presence, not so much due to pressure exerted by the FCC or the coalition of minority associations as to financial calculations made in the light of sizeable markets represented by racial and ethnic minorities.“⁵⁹

Ein weiteres Charakteristikum der US-amerikanischen Minderheitenförderung ist die Erhebung von Minderheitenanteilen in den Redaktionen. Der Verband der Zeitungsherausgeber *ASNE* erhebt etwa jährlich Daten zur Minderheitenbeteiligung am Produktionsprozess in US-amerikanischen Tageszeitungs-Redaktionen. Diese Statistiken sollen wiederum dazu beitragen, die Beschäftigungspraxis transparent zu machen und für JournalistInnen mit Migrationshintergrund zu verbessern.

„Auf diese Weise wird, ähnlich wie bei der Politik zur Gleichstellung der Geschlechter, das Ziel der Akzeptanz und angemessenen Repräsentation der Minoritäten auf verschiedenen gesellschaftlichen Ebenen angestrebt. Das Verfahren wird auf zahlreiche Institutionen und Berufe angewandt.“⁶⁰

Dass es im Bereich der Minderheitenbeteiligung am medialen Produktionsprozess eine Steigerung gab, zeigen die Daten der *American Society of News Editors* – kurz *ASNE*: Während der Anteil von Minderheiten-JournalistInnen im Jahr 1978 bei 3,95 Prozent lag, ist dieser bis zum Jahr 2013 auf 12,37 Prozent gestiegen.⁶¹ Die Euphorie über diese Daten hält sich bei der *American Society of News Editors* allerdings in Grenzen, da sich gleichzeitig auch der Anteil von Minderheiten in der US-Bevölkerung steigerte und zwar zu einem größeren Teil als jener in den Redaktionen. Neben der einfachen Erfassung von Minderheiten in den Redaktionen zeichnet die *ASNE* auch auf, in welchen Positionen die Minderheitenangehörigen beschäftigt sind. Von den befragten Supervisors waren im Jahr 2013 90 Prozent Angehörige der Mehrheitsgesellschaft und nur 10 Prozent Teil einer

⁵⁹ Hargreaves, Diversity, S. 107.

⁶⁰ Pöttker, Horst und Fölting, Anne: Multikulturalismus und ethnische Minderheiten in den Medien der USA. Im Internet: <http://www.bpb.de/files/RZ1ZPV.pdf> (zuletzt eingesehen am 18.12.2013). S. 5.

⁶¹ Vgl. *ASNE*: Table A - Minority employment in daily newspapers. Im Internet: <http://asne.org/content.asp?pl=140&sl=129&contentid=129> (zuletzt eingesehen am 16.3.2014).

Minderheit.⁶² ASNE hat es sich zum Ziel gesetzt, den Anteil an ethnischen Minderheiten in den Zeitungsredaktionen bis zum Jahr 2025 jenem in der Bevölkerung anzugleichen:

„To cover communities fully, to carry out their role in a democracy, and to succeed in the marketplace, the nation’s newsrooms must reflect the racial diversity of American society by 2025 or sooner.“⁶³

Die Erfolge in Bezug auf die Minderheitenbeteiligung macht Horst Pöttker am „Wirkungsprinzip Öffentlichkeit“⁶⁴ fest: Durch regelmäßige Erhebungen von Daten zur Minderheitenbeteiligung und die Veröffentlichung derselben werde der Druck auf die Medienunternehmen gesteigert, in diesen Belangen aktiv zu werden.

Betrachtet man die Situation in den USA wird eines deutlich: Mit einer verstärkten Repräsentanz wird hier weniger das Ziel verfolgt, die Inhalte minderheitenfreundlicher zu gestalten, sondern viel mehr das Grundrecht auf Artikulationsfreiheit zu realisieren. Die Strategie zur Förderung von Minderheiten besteht also darin, den Personen „einen besseren Zugang zur gesellschaftlichen Öffentlichkeit zu verschaffen und ihnen das Menschenrecht auf Artikulationsfreiheit in der gesellschaftlichen Kommunikation zu sichern.“⁶⁵

Diversity Management wird hier demnach auf der Ebene der Produktion eingefordert und weniger auf Ebene der Inhalte, wie es etwa in der europäischen Forschung der Fall ist. Pöttker begründet dies mit divergierenden Vorstellungen zur Kommunikationsfreiheit:

„Überlegungen zur Qualität von Kommunikationsinhalten haben in aller Regel deren Regulierung im Auge, stoßen deshalb notorisch an die Grenzen der Kommunikationsfreiheit und konkurrieren mit dem Recht auf Öffentlichkeit um Legitimität.“⁶⁶

Die Förderung und Stärkung der Kommunikationsfreiheit hat in den USA eine andere Bedeutung als in manchen europäischen Staaten. Zudem verfügen die USA über eine starke Verbändestruktur, deren Mitglieder die Forderung nach einer erhöhten Minderheitenbeteiligung postulieren. Wie bereits anhand der Ausführungen zur *American Society of News Editors* und deren Bemühungen zur Steigerung des Anteils von

⁶² Vgl. ASNE: Table C - Whites and minorities by job category. Im Internet: <http://asne.org/content.asp?pl=140&sl=131&contentid=131> (zuletzt eingesehen am 16.3.2014).

⁶³ ASNE: Diversity. Im Internet: http://asne.org/key_initiatives/diversity.aspx (zuletzt eingesehen am 18.12.2013).

⁶⁴ Pöttker, Horst: Fazit II. In: Medien und Integration in Nordamerika. Erfahrungen aus den Einwanderungsländern Kanada und USA. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2010. S. 259-266. S. 261.

⁶⁵ Pöttker, Fazit, S. 264.

⁶⁶ Ebd., S. 263.

MinderheitenjournalistInnen in amerikanischen Tageszeitungen erläutert wurde, sind hier Verbände, darunter naturgemäß auch Minderheitenverbände, stark engagiert.

Zusammengefasst lassen sich in den USA starke Initiativen zur Förderung von Minderheiten innerhalb der Medienproduktion erkennen – mit dem Hintergrund, für Minderheiten das Recht auf öffentliche Artikulation zu gewährleisten. Dabei dürfte der öffentliche Druck zu einer erhöhten Minderheitenpräsenz beitragen, marktwirtschaftliche Gedanken in Hinblick auf das Publikum in den USA überwiegen aber offenbar.

3.2 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Kanada

Der wesentlichste Unterschied im Umgang mit ethnischer Diversität zwischen den USA und Kanada liegt darin, dass Kanada wesentlich stärker auf staatliche Kontrolle setzt. Im Gegensatz zur USA, wo marktwirtschaftliche Gedanken die Integration von JournalistInnen mit Migrationshintergrund vorantreiben, sollen hier staatliche Kontrolleinstellungen für eine verstärkte Integration sorgen. Im *Broadcasting Act* von 1991 ist verankert, dass die Gesellschaft durch Medien repräsentiert werden soll und sich dies auch in der Beschäftigung widerspiegeln möge.⁶⁷ Bis dato konnte dieses Ziel allerdings nicht erreicht werden.

Um dem Anliegen mehr Gewicht zu verleihen, gibt es auch entsprechende medienpolitische Vorstöße.⁶⁸ Für die elektronischen Medien Radio und TV ist etwa die *Canadian Radio and Television Commission* zuständig: Bei der Vergabe von Lizenzen wird hier auch berücksichtigt, den Minderheitenanteil im Produktionsprozess zu erhöhen.⁶⁹

Wie in den USA existieren auch für den kanadischen Medienmarkt Untersuchungen zur Minderheitenbeteiligung in den Redaktionen. Eine Studie der Laval-Universität zeigt etwa auf, dass in den kanadischen Nachrichtenredaktionen nur 2,7 Prozent der JournalistInnen als „non-white“ eingestuft werden. Der Nationalsender CBC hatte im Jahr 2002 einen Anteil der „visible minorities“ von 5 Prozent – dieser Prozentsatz hat sich seit dem Jahr 1995 allerdings

⁶⁷ Vgl. Hargreaves, Alec G.: Ethnic diversity and the media in Canada. In: Media and cultural diversity in Europe and North America. Hg. v. Claire Frachon. Paris 2009. S. 109-114. S. 110 f.

⁶⁸ So hat etwa die Rundfunk-Behörde *CRTC* eine Task-Force ins Leben gerufen – diese sollte die Diversity-Strategien der kommerziellen TV-Sender untersuchen.

Vgl. Linder, Andreas: Diversity Mainstreaming in der westlichen Medienlandschaft. Im Internet: [http://www.migration-boell.de/downloads/diversity/Linder_Diversity_mainstreaming\(1\).pdf](http://www.migration-boell.de/downloads/diversity/Linder_Diversity_mainstreaming(1).pdf) (zuletzt eingesehen am 18.12.2013).

⁶⁹ Vgl. Geißler, Rainer: Fazit. In: Medien und Integration in Nordamerika. Erfahrungen aus den Einwanderungsländern Kanada und USA. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2010. S. 247-266. S. 251.

nicht wesentlich erhöht. Der Anteil der „visible minorities“ lag in Kanada im Jahr 2001 bei 13,4 Prozent.⁷⁰

Vor allem im Bereich der Tageszeitungen gibt es Nachholbedarf für die Forschung – detaillierte Daten liefert hier eine Längsschnittanalyse: Demnach lag die Minderheitenbeteiligung in den kanadischen Tageszeitungen im Jahr 2004 bei 3,4 Prozent, was nur eine geringfügige Steigung gegenüber dem Jahr 1994 bedeutet (2,6 Prozent).⁷¹ Da diese Zahlen wesentlich vom Bild Kanadas als Einwanderungsland abweichen, das Zugewanderten in allen Lebensbereichen gleiche Chancen garantiert, ist in der Wissenschaft von einer „diversity gap“⁷² die Rede.

Generell ortet Geißler aber in Kanada einen wesentlich konfliktfreieren Umgang mit ethnischen Minderheiten als in den USA.⁷³ Die verstärkte Sensibilität der KanadierInnen in Hinblick auf die Minderheitenförderung zeigt sich an den Reaktionen auf einen Bericht, wonach beim staatlichen Sender *CBC* kein Mitglied einer sichtbaren Minderheit im Vorstand sitzt. Diese Nachricht wurde in Kanada als „alarmierende Enthüllung“⁷⁴ wahrgenommen.

Während WissenschaftlerInnen in der kanadischen Mainstream-Medienproduktion eine „diversity gap“ feststellten, ist der kanadische Markt für Ethno-Medien ein blühender. Laut *Media-Awareness* – einem Netzwerk, das sich mittlerweile *Media Smarts*⁷⁵ nennt – bieten über 60 Radiosender in Kanada Minderheiten-Sendungen an, daneben existieren über 250 Minderheiten-Zeitungen.⁷⁶

Die Beispiele USA und Kanada haben gezeigt, welchen Stellenwert die Förderung ethnischer Diversität in Medienunternehmen einnehmen kann. Blickt man in diesem Zusammenhang nach Europa, so ergibt sich kein einheitliches Bild. Einige Staaten sind bei der Beschäftigung mit Diversität in den Medien bereits in einem fortgeschrittenen Stadium, andere – dazu lässt sich auch Österreich zählen – stecken sowohl bei der Erhebung der Daten als auch bei der Entwicklung von Diversity Managements-Strategien zur Integration von Personen mit ausländischen Wurzeln noch in den Kinderschuhen.

⁷⁰ Vgl. Fleras, Augie: The conventional News Paradigm as Systemic Bias: Re-Thinking the (Mis-) Representational Basis of Newsmedia-Minority Relations in Canada. In: Medien und Integration in Nordamerika. Erfahrungen aus den Einwanderungsländern Kanada und USA. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2010. S.11-58. S. 34.

⁷¹ Vgl. Geißler, Diversität, S. 84.

⁷² Linder, Diversity, S. 3.

⁷³ Geißler, Fazit, S. 250.

⁷⁴ Ebd., S. 251.

⁷⁵ Vgl. Mediasmarts: History. Im Internet: <http://mediasmarts.ca/about-us/history> (zuletzt eingesehen am 18.12.2013).

⁷⁶ Fleras, News paradigm, S. 34 f.

An dieser Stelle werden die Entwicklungen in Großbritannien und Deutschland thematisiert, wobei hier auch auf die öffentlich-rechtlichen Sender im jeweiligen Land und deren Diversity-Strategien eingegangen wird. Diese beiden Länder wurden aus unterschiedlichen Gründen für eine nähere Darstellung ausgewählt: Großbritannien hat mit dem öffentlich-rechtlichen Sender *BBC* einen der Vorreiter in Sachen Diversity Management in öffentlich-rechtlichen Massenmedien. Deutschland wiederum ist für diese Untersuchung aufgrund der Nähe zu Österreich und der gemeinsamen Sprache relevant.

3.3 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Großbritannien

Die Kolonialgeschichte Großbritanniens beeinflusste und beeinflusst wesentlich die Migration im Land. Die stärksten Migrationsströme in Richtung Großbritannien gab es in den 1950er- und 1960er-Jahren. Im Jahr 2009 betrug der Anteil der Bevölkerung, der zur Kategorie „White“ gezählt wurde 87,9 Prozent; 12,1 Prozent machte der Anteil der „non-white population“ aus.⁷⁷

Lange Zeit war in Großbritannien die *Commission for Racial Equality* für die Bekämpfung von Rassismus zuständig. Behandelt wurden vor allem Themen wie die Arbeitsmarktintegration. Umstrukturierungen im Jahr 2007 hatten zur Folge, dass nicht mehr die *Commission for Racial Equality* verantwortlich war, sondern die *Equality and Human rights Commission*. Damit passierte auch ein inhaltlicher Schwenk weg von der Ausrichtung auf Diversität und Multikulturalität hin zu Integration.⁷⁸

Auf wissenschaftlicher Ebene begann das Interesse für den Themenbereich „Migration und Medien“ in Großbritannien in den späten 1950er-Jahren. Am Beginn dominierten Medieninhalts- und Rezeptionsforschung, in den vergangenen Jahren wurden auch Studien zur Minderheitenbeteiligung am Produktionsprozess durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen weisen darauf hin, dass ethnische Minderheiten in den Medien Großbritanniens als ProduzentInnen nach wie vor unterrepräsentiert sind.

Zwar sind im TV in den letzten Jahren verstärkt „sichtbare“ Minderheiten vertreten, mit einer

⁷⁷ NN: Size of ethnic groups: ONS estimates, 2009. Im Internet: <http://www.ethnicity.ac.uk/population/size.html> (zuletzt eingesehen am 18.12.2013).

⁷⁸ Vgl. Georgiou, Myria und Joo, Jae-Won: Representing difference in the British Media. In: Media and Cultural Diversity in Europe and North America. Hg. v. Claire Frachon. Paris 2009. S. 60-72. S. 62 ff.

Integration auf allen Ebenen sei das allerdings nicht gleichzusetzen.⁷⁹ Hindernisse für eine verstärkte Integration auf allen Ebenen von Medienunternehmen werden unter anderem in der Einstellungspraxis des Journalismus und hier insbesondere durch die starke Netzwerkstruktur vermutet. In Großbritannien existieren zwar Körperschaften, die für die Kontrolle der Minderheitenbeteiligung in den Medienunternehmen zuständig sind, Sanktionen drohen bei Verstoß aber nicht. Damit ist Self-Regulation ein bedeutender Faktor: In diesem Zusammenhang sind der öffentlich-rechtliche Rundfunk *BBC*⁸⁰ und der TV-Sender *Channel 4* besonders hervorzuheben. Daneben hat sich ein Netzwerk aus mehreren TV-Stationen gebildet, das sich speziell auf Minderheitenfragen in den Medien konzentriert. Das *Cultural Diversity Network* wurde im Jahr 2000 gegründet und machte es sich zum Ziel „to promote fairer representation of minorities on and behind the screen.“⁸¹ Das Netzwerk setzte einen „diversity pledge“ auf, den mehr als 270 Media Companies unterzeichneten. Als Ziel wurde darin die Förderung von Diversität im TV-Personal und in den Inhalten formuliert.⁸² Im Jahr 2011 schloss sich das Netzwerk mit dem *Broadcasting and Creative Industries Disability Network* zum *Creative Diversity Network* zusammen. Damit sollten auch andere Komponenten wie Alter, Geschlecht oder Beeinträchtigung bei der Förderung von Diversität im TV berücksichtigt werden.⁸³

3.4 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Deutschland

Wie bereits im Kapitel 2 *Forschungsstand* erläutert wurde, begann sich die Forschung zu Massenmedien und Migration in Deutschland in den 1970er-Jahren zu entwickeln. Die ersten Studien beschäftigten sich mit der Berichterstattung über MigrantInnen in der deutschen Presse. Die Forschung zur Mediennutzung von MigrantInnen und Personen mit Migrationshintergrund als MedienproduzentInnen entwickelte sich erst ab dem Jahr 2000.

⁷⁹ Vgl. Campion, Mukti Jain: Cultural diversity in British broadcasting: where we are and where we need to go. In: Media and cultural diversity in Europe and North America. Hg. v. Claire Frachon. Paris 2009. S. 73-79. S. 76 f.

⁸⁰ Im Kapitel Diversity Management-Strategien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im europäischen Vergleich wird näher auf die Diversity Management-Strategie der BBC eingegangen.

⁸¹ Georgiou und Joo, S. 65.

⁸² Vgl. CDN: Diversity Pledge. Im Internet: <http://creativediversitynetwork.com/resource/diversity-pledge/> (zuletzt eingesehen am 19.12.2013).

⁸³ Vgl. CDN: The CDN Mandate. Im Internet: <http://creativediversitynetwork.com/wp-content/uploads/2013/04/the-creative-diversity-network-mandate1.pdf> (zuletzt eingesehen am 18.12.2013).

Während die Forschung auf der Ebene der Produktion nur langsam Fortschritte machte, wurden Politik und Medienunternehmen auf die Thematik aufmerksam. Der Auftakt zur Diversity-Politik in Deutschland steht in Verbindung mit der Veränderung des Selbstverständnisses im Einwanderungsdiskurs. Seit sich das Land als Einwanderungsland wahrnimmt, hat sich eine Debatte rund um die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund etabliert und Aktionen zur Verwirklichung dieses Ziels folgten.⁸⁴

Die deutsche Bundesregierung hat im *Nationalen Integrationsplan* aus dem Jahr 2007 Ziele formuliert, die für die Integration von Zugewanderten von Bedeutung sind. Angesprochen ist darin auch der Bereich der Medien. Für die deutschen Massenmedien wurde neben einer ausgewogenen Berichterstattung zu den Themenfeldern Migration und Integration und verstärkter Forschungsaktivität im Bereich der Mediennutzung auch das Ziel festgelegt, mehr JournalistInnen mit Migrationshintergrund in die Medienunternehmen zu integrieren und in der JournalistInnenausbildung den Fokus verstärkt auf Menschen mit ausländischen Wurzeln zu richten.⁸⁵ Im November 2008 wurde ein erster Fortschrittsbericht veröffentlicht: Die Arbeitsgruppe, die sich mit Medien und Integration auseinandersetzt, stellte zwar Fortschritte in der öffentlichen Wahrnehmung der Thematik fest, verwies allerdings auch auf offene Punkte: Die Förderung von Personal mit Migrationshintergrund in deutschen Medienunternehmen müsste etwa weiter ausgebaut werden, zudem wurden auch in der Forschung zur Medienrezeption von MigrantInnen Defizite festgestellt.⁸⁶

3.5 Zwischenfazit

Die angeführten Beispiele zur Integration von Minderheitenangehörigen in Massenmedien verdeutlichen die verschiedenen Zugänge der Staaten, was sich sowohl in der Medienpolitik der Länder als auch in den Bemühungen der einzelnen Medienunternehmen äußert. Dabei zeichnet sich eine Tendenz ab: „In multikulturalistisch orientierten Staaten dominieren an

⁸⁴ Vgl. Geißler, Rainer: Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. Der Beitrag der Massenmedien zur interkulturellen Integration. Im Internet: <http://www.uni-siegen.de/phil/sozialwissenschaften/soziologie/mitarbeiter/geissler/wiso-diskurs.pdf> (zuletzt eingesehen am 19.12.2013).

⁸⁵ Vgl. Bundesregierung: Der Nationale Integrationsplan. Neue Wege – Neue Chancen. Im Internet: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Archiv16/Artikel/2007/07/Anlage/2007-10-18-nationaler-integrationsplan.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (zuletzt eingesehen am 19.12.2013). S. 158.

⁸⁶ Vgl. Bundesregierung: Nationaler Integrationsplan. Erster Fortschrittsbericht. Im Internet: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Publikation/IB/Anlagen/nationaler-integrationsplan-fortschrittsbericht.pdf?__blob=publicationFile (zuletzt eingesehen am 19.12.2013). S. 76 f.

ethnischen Kriterien orientierte Quoten für das Erreichen von Diversity-Zielen, in eher republikanischen dominiert ein Anti-Diskriminierungs-Ansatz.“⁸⁷

Bei der Analyse unterschiedlicher Zugänge zur Integrationspolitik muss die Migrationsgeschichte eines Staates berücksichtigt werden, da diese meist Aufschluss über die Entwicklungen gibt. Während in Staaten wie den USA oder Kanada der Status als Zuwanderungsland ein wesentliches Identitätsmerkmal darstellt, konnte sich das offizielle Deutschland erst spät mit dieser Zuschreibung identifizieren. Dieses Selbstverständnis äußert sich auch im jeweiligen Umgang mit MigrantInnen. Während die medienpolitische Strategie der USA klar darauf ausgerichtet ist, die in die Vereinigten Staaten eingewanderten Menschen zu integrieren – was sich auch in der Datenlage über die Minderheitenbeteiligung im journalistischen Produktionsprozess äußert –, existieren in Deutschland (wie auch in Österreich) nach wie vor keine repräsentativen Daten über den Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund und damit auch keine solide Basis für die Forderungen nach einer verstärkten Teilhabe an Öffentlichkeit von Personen mit Migrationshintergrund.

Aus dem Diskurs rund um die mediale Integration lässt sich auf die Integrationsbemühungen eines Landes schließen und darauf, inwieweit den Massenmedien im Integrationsprozess Bedeutung beigemessen wird. Auch wenn sich die Entwicklung in den jeweiligen Staaten auf unterschiedliche Weise äußert, so kann doch festgestellt werden, dass Integration zunehmend auch in Hinblick auf die Rolle der Massenmedien diskutiert wird. Dieser Diskurs hat mit einer gewissen Zeitverzögerung gegenüber anderen europäischen Staaten auch in Österreich eingesetzt.

3.6 Der Umgang mit ethnischer Diversität in den Massenmedien in Österreich

Vor allem die Debatte über die Beteiligung von Personen mit Migrationshintergrund am journalistischen Produktionsprozess hat in Österreich zuletzt einen Aufschwung erlebt. Obwohl österreichische MedienwissenschaftlerInnen bereits seit Jahren eine stärkere Beschäftigung seitens der Medienunternehmen mit diesem Thema einfordern,⁸⁸ wird die Diskussion erst in den vergangenen Jahren – sowohl in der wissenschaftlichen Community als

⁸⁷ Linder, Diversity, S. 12.

⁸⁸ Vgl. [derstandard.at: „Jedes Medium hat die Macht der Integration zu nutzen“](http://derstandard.at/3074998/Jedes-Medium-hat-die-Macht-der-Integration-zu-nutzen). Im Internet: <http://derstandard.at/3074998/Jedes-Medium-hat-die-Macht-der-Integration-zu-nutzen> (zuletzt eingesehen am 16.3.2014).

auch innerhalb der Medienunternehmen – intensiv geführt. Damit einher geht auch eine verstärkte Sensibilität für die Thematik außerhalb der Redaktionen. Diese zeigt sich in der staatlichen Ebene, in der Medienberichterstattung sowie in der Präsenz des Themas bei öffentlichen Veranstaltungen, wie z.B. Tagungen.

Im *Nationalen Integrationsplan*, der im Jahr 2010 beschlossen wurde,⁸⁹ wurde die Rolle der Massenmedien erwähnt – wenn auch nur in sehr verkürzter Form: „Medien haben eine besondere Verantwortung für den interkulturellen Dialog, den Abbau von Vorurteilen und die Repräsentanz von Migrant/innen“⁹⁰. In den darauffolgenden Expertenberichten wurden Vorschläge für einen Beitrag der Massenmedien zur Integration erbracht: so etwa ein *code of conduct*, zu dem sich Massenmedien in Hinblick auf die Berichterstattung über MigrantInnen selbst verpflichten. Des Weiteren wiesen die ExpertInnen in dem Bericht auf Mängel bei der Darstellung von MigrantInnen in der Medienberichterstattung hin – die Lebensrealität von MigrantInnen werde darin zu wenig berücksichtigt.⁹¹ Auch die Förderung von Personen mit Migrationshintergrund im Journalismus wurde im Jahr 2011 in den Vorschlägen von ExpertInnen zum Integrationsbericht behandelt.⁹²

Dass Diversity Management innerhalb der Medienunternehmen zunehmend aufmerksamer wahrgenommen wird, äußert sich auch im Interesse österreichischer Mainstream-Medien an dieser Thematik. Ein Indiz dafür ist die Berichterstattung der *Austria Presse Agentur* über Minderheitenförderung in den Medien.⁹³ Wesentlich zu dieser verstärkten und breiteren Debatte beigetragen haben auch spezielle Plattformen wie *dastandard.at*, für die JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln tätig sind.⁹⁴ Durch die Präsenz derartiger Portale wurde das Thema ein Stück weit mehr Teil des öffentlichen Diskurses.

Schließlich hat auch die Tätigkeit von Vereinen wie *M-Media – Verein zur Förderung interkultureller Medienarbeit* zu einer vermehrten Aufmerksamkeit geführt. Das Ziel von *M-Media* ist es, die Bilder von MigrantInnen in der Medienberichterstattung zu verändern – dies

⁸⁹ Vgl. pm/ks: Integration: Mehr Deutsch für besseren Zugang am Arbeitsmarkt. In: APA vom 18.01.2010.

⁹⁰ Nationaler Aktionsplan für Integration. Bericht. Hg. v. Bundesministerium für Inneres. Im Internet: http://www.integration.at/media/files/nap/Bericht_zum_Nationalen_Aktionsplan.pdf (zuletzt eingesehen am 19.12.2013).

⁹¹ Vgl. Expertenrat für Integration: Integrationsbericht 2013. Perspektiven und Handlungsempfehlungen. S. 33. Im Internet: http://www.integration.at/media/files/integrationsbericht_2013/Expertenrat_Integrationsbericht_2013.pdf (zuletzt eingesehen am 19.12.2013).

⁹² Vgl. Expertenrat für Integration: Integrationsbericht. Vorschläge des Expertenrats für Integration. S. 39 f. Im Internet: http://www.integration.at/media/files/expertenrat/Vorschlaege_Langfassung.pdf (zuletzt eingesehen am 19.12.2013).

⁹³ Vgl. ei: Migration und Medien: Zaghafte Annäherung. In: APA-JOURNAL Medien vom 23.09.2010.

⁹⁴ Auf diese Plattformen wird im Kapitel 15 *Formen der Teilhabe von Minderheiten am Medienproduktionsprozess* näher eingegangen.

soll durch die „aktive Teilnahme der Betroffenen am Kommunikationsprozess der Mainstream Medien“⁹⁵ geschehen. Der Verein gestaltete etwa fünf Jahre lang eine Integrationsseite in der Tageszeitung *Die Presse* und veranstaltet seit dem Jahr 2008 die *Medien.Messe.Migration*. Bei der Tagung diskutieren namhafte WissenschaftlerInnen mit Fachleuten aus Medien, PR und Marketing.⁹⁶

Die Thematik „Medien und Migration“ ist mittlerweile auch in Österreich zum Gegenstand öffentlicher Diskussionen und politischer Forderungen geworden – das beweisen die Ausführungen in diesem Kapitel. Wenn der Umgang mit der Thematik zum Teil auch durch unkonkrete Forderungen gekennzeichnet ist, so wurden die Sensibilität und das Interesse für das Integrationspotential von Massenmedien erkennbar gesteigert. Was die Lage in Österreich im Vergleich zur Situation in den USA oder auch Großbritannien vermissen lässt, sind große Initiativen zur Steigerung des Anteils von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den österreichischen Medienhäusern. Einzelne Medienunternehmen zeigen zwar Initiative, indem eine höhere Repräsentanz von MigrantInnen generell angestrebt wird,⁹⁷ ein Zusammenschluss mehrerer Medien zur Erreichung dieses Ziels ist aber gegenwärtig nicht absehbar.

⁹⁵ M-Media: Über uns. Im Internet: <http://www.m-media.or.at/verein/ueber-uns/> (zuletzt eingesehen am 19.12.2013).

⁹⁶ Vgl. M-Media: Medien.Messe.Migration – Diversität ist ohne Alternative. Im Internet: <http://www.m-media.or.at/medienmesse/> (zuletzt eingesehen am 19.12.2013).

⁹⁷ Vgl. Wilhelmer, Philipp: Migranten auf den Schirm bringen. In: *Kurier* vom 08.09.2013. Im Internet: <http://kurier.at/kultur/medien/migranten-auf-den-schirm-bringen/25.803.723> (zuletzt eingesehen am 19.12.2013).

4 Zentrale Begriffe

An dieser Stelle werden die zentralen Begriffe dieser Forschungsarbeit aufgelistet und die dafür verwendeten Definitionen vorgestellt. Am Beginn dieses Kapitels steht die Reflexion über die Herausforderungen, die Definitionen und Kategorisierungen in der empirischen Forschung mit sich bringen. Im Anschluss daran werden die Termini, nach soziologischen und kommunikationswissenschaftlichen Begriffen geordnet, definiert.

4.1 Die Problematik der Kategorienbildung

Eine der Problemstellungen bei der Beschäftigung mit der Integration von Personen mit Migrationshintergrund sind die Begrifflichkeiten, die in der theoretischen und empirischen Forschungsarbeit verwendet werden und in den zentralen Fragestellungen dieser Arbeit enthalten sind.

Begriffe wie „ethnische Minderheiten“ oder „Personen mit Migrationshintergrund“ sind zentrale Kategorien der Untersuchung, die Zugangschancen dieser Personen in der Medienbranche bedeutender Teil des Erkenntnisinteresses – zugleich stellen diese Begrifflichkeiten die Forschenden aber vor große Herausforderungen.

Bei der Untersuchung von Kategorien wie „Ethnie“ und „Migrationshintergrund“ können drei Problemstellungen festgemacht werden: *die Vermischung von Kategorien aus der Praxis mit Kategorien der Analyse, die mögliche Verfestigung von Differenzlinien und die Frage der Deutungsmacht*, was derartige Kategorisierungen anbelangt.

Die Begriffe „Ethnie“ und „Migrationshintergrund“ sind Kategorien, die sowohl im alltäglichen Leben als auch in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung gebraucht werden. Brubaker hat für die Geschichtsforschung die Begriffe der „categories of praxis“ – alltagsweltliche Kategorien – und der „categories of analysis“ – Analysekatégorien für die wissenschaftliche Forschung – definiert.⁹⁸ Grundsätzlich wird in der Wissenschaft versucht, eine Vermischung dieser beiden Arten von Kategorien möglichst zu vermeiden. In manchen

⁹⁸ Vgl. Brubaker, Rogers: In the Name of the Nation: Reflections on Nationalism and Patriotism. In: Citizenship Studies, Vol. 8, No. 2, June 2004, 115–127.

Fällen, wie etwa bei der Untersuchung von Ungleichheitsstrukturen aufgrund dieser Kategorien, kann nicht vermieden werden auf derartige Zuschreibungen zurückzugreifen: „Indeed perhaps we cannot do without it – as a referential term to particular features of human relevant in various contexts of social life“⁹⁹. Bei der Verwendung dieser Begriffe ist daher umso achtsamer umzugehen – in Bezug darauf, wie und in welchem Zusammenhang sie angewendet werden.¹⁰⁰ Werden derartige Kategorien benutzt, so ist darauf zu achten, dass die Begriffe als Referenz dienen; sie demnach nicht so zu verwenden, als würden sie gesellschaftliche Realität abbilden. „Ethnie“ darf nicht als scheinbar neutrales Konzept gedeutet werden, das einen Sachverhalt beschreibt, sondern als eine Form der Zuschreibung, die mit unterschiedlichen Bedeutungen versehen ist.

Die Kategorisierung und Zuordnung von Begriffen wie „Ethnie“ oder „Migrationshintergrund“ stellt nicht nur aus methodischer Sicht eine Problemstellung dar, damit können auch bestehende Differenzlinien verfestigt werden. Die Kennzeichnung einer ZuwanderInnenbiographie im Zuge der wissenschaftlichen Beschäftigung kann zu einer Verstärkung von Ungleichheitsverhältnissen führen: „Das zentrale Dilemma des Begriffes (des Migrationshintergrundes, Anm.) ist jedoch, dass er, wenn er nur für Menschen mit Migrationshintergrund etabliert oder mit Zuwanderung assoziiert wird, selbst wiederum eine Differenzmarkierung vornimmt, weil er die diskursive Trennungslinie zwischen multiethnischen und monoethnischen Bürgern Deutschlands reproduziert.“¹⁰¹

Die Grenze zwischen Aufnahmegesellschaft und Zugewanderten wird immer neu gezogen, selbst wenn die Zugewanderten sich selbst nicht mehr mit diesen Wurzeln identifizieren können. Die Kategorisierung mit Zuschreibungen wie „Ethnie“ und „Migrationshintergrund“ muss von Seiten der forschenden Wissenschaft daher mit großer Reflexion geschehen: „Wenn man bedenkt, dass ‚neue Begriffe (immer) der Ordnung des Sozialen‘ dienen und gesellschaftliche Wirklichkeit mit konstruieren, dann liegt im Konstrukt ‚Menschen mit Migrationshintergrund‘ durchaus ein Terminus vor, der auch angesichts des realen Wandels der Gesellschaft immer auch den Wandel des Bewusstseins der Bevölkerung beeinflusst.“¹⁰²

⁹⁹ Vörös, László: Methodological and Theoretical Aspects of ‚Social Identities‘ Research in Historiography. In: Frontiers and Identities. Exploring the Research Area, I/IV/2006. Hg. v. Lud’a Klusáková [u.a.] S. 27-45. S. 36.

¹⁰⁰ Vgl. ebd., S. 29.

¹⁰¹ Foroutan, Naika: Neue Deutsche, Postmigranten und Bindungs-Identitäten. Wer gehört zum neuen Deutschland? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 46-47/2010. S. 9-15. S. 13.

¹⁰² Griesse, Hartmut M. und Sievers, Isabel: Bildungs- und Berufsbiografien erfolgreicher Transmigranten. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 46-47/2010. S. 22-28. S. 28.

Ein weiterer Aspekt, der in Zusammenhang mit der Differenzlinie „Migrationshintergrund“ diskutiert werden soll, ist die Deutungsmacht über derartige Kategorisierungen. Klassifikationen stellen schließlich auch Machtkonstellationen dar, „die Sortierung und Differenzierung nach der ethnischen Zugehörigkeit innerhalb sozialer Interaktionen hat also nicht nur etwas mit der Herstellung von Identität zu tun, sondern auch mit Machtbeziehungen und sozialer Ungleichheit“¹⁰³. Werden Kategorien wie „ethnische Minderheiten“ oder „Migrationshintergrund“ im gesellschaftlichen oder politischen Diskurs eingeführt, muss auch Reflexion darüber stattfinden, wer die Deutungsmacht über derartige Kategorisierungen besitzt und wie damit umgegangen wird.

4.2 Soziologische Begriffe

4.2.1 Migration

Der Begriff Migration stammt vom lateinischen „migratio“ ab und bedeutet „Wanderung“.¹⁰⁴ Unter dem Begriff „Migration“ werden unterschiedliche Wanderungsprozesse subsummiert; im Rahmen dieser Forschungsarbeit wird Migration aber als dauerhafte Veränderung des Ortes definiert, im Zuge derer es zu einer Überschreitung einer (nationalstaatlichen) Grenze kommt.¹⁰⁵

Migrationsprozesse können einer Reihe von Klassifikationen unterzogen werden, etwa aufgrund räumlicher Faktoren (zum Beispiel Binnenmigration), zeitlicher Faktoren (Langzeitmigration) oder auch aufgrund der Organisationsform (Anwerbemigration).¹⁰⁶ Im Kapitel 12 *Migration in Österreich* wird näher auf die Migrationsgeschichte und –politik Österreichs eingegangen.

4.2.2 MigrantIn

Wie der Begriff der Migration stellt sich auch der Begriff „MigrantIn“ als Containerbegriff dar. Hier werden unterschiedlich erlebte Wanderungsphänomene unter dem Überbegriff der Migration zusammengefasst, was durchaus ein Kritikpunkt der Wissenschaft ist: „Als Mittel

¹⁰³ Müller, Marion: Geschlecht und Ethnie. Historischer Bedeutungswandel, interaktive Konstruktion und Interferenzen. Wiesbaden 2003. S. 127.

¹⁰⁴ Vgl. Der kleine Stowasser. Lateinisch-deutsches Schulwörterbuch. 3., unveränderte Auflage. München 1991.

¹⁰⁵ Vgl. Reinprecht, Christoph und Weiss, Hilde: Migration und Integration: Soziologische Perspektiven und Erklärungsansätze. In: Migrations- und Integrationsforschung – multidisziplinäre Perspektiven. Hg. v. Heinz Fassmann und Julia Dahlvik. Wien 2011. S. 13-31. S. 15.

¹⁰⁶ Vgl. ebd. S. 15.

zur Beschreibung einer sozialen Realität erfüllt er nicht einmal die Minimalkriterien an Trennschärfe und Analysekraft, die üblicherweise an einen wissenschaftlichen Begriff gestellt werden.“¹⁰⁷

In der vorliegenden Untersuchung wird die Definition der *Vereinten Nationen* verwendet, die LangzeitmigrantInnen als „person who moves to a country other than that of his or her usual residence for a period of at least a year (12 months), so that the country of destination effectively becomes his or her new country of usual residence“¹⁰⁸ definieren. Wie bereits anhand der Definition von „Migration“ dargelegt, werden hier grenzüberschreitende Wanderungsprozesse behandelt, Binnenmigration ist dementsprechend nicht Gegenstand der Untersuchung.

4.2.3 Migrationshintergrund

Eine bedeutende Kategorie stellt in dieser Forschungsarbeit jene des „Migrationshintergrundes“ dar. Die hier verwendete Definition von Migrationshintergrund basiert auf jener der Wirtschaftskommission für Europa der *Vereinten Nationen*: „The group of persons with a foreign background is composed of those persons whose parents were born outside the country. The persons in this group may or may not have directly experienced an international migration.“¹⁰⁹ Für die quantitative Studie wurde diese Definition von Migrationshintergrund erweitert, indem auch jene Personen, von denen lediglich ein Elternteil aus dem Ausland stammt, erfasst wurden. Somit gelten Personen, die selbst oder deren Eltern aus dem Ausland zugewandert sind, in der vorliegenden Studie als „Personen mit Migrationshintergrund“.

Die Problematik von derartigen Kategorisierungen wurde bereits erwähnt; die Menschenrechtsorganisation *SOS Mitmensch* wies darauf insbesondere beim Begriff des „Migrationshintergrundes“ hin: In einer Petition sprach sich die Organisation gegen die Fixierung auf diesen Begriff aus, da damit zu einer Diskriminierung beigetragen werde.¹¹⁰ Im Bewusstsein über die Schwierigkeit, die eine derartige Zuschreibung mit sich bringt, wurde in

¹⁰⁷ Perchinig, Bernhard: Migration, Integration und Staatsbürgerschaft – was taugen die Begriffe noch? In: Integration in Österreich. Sozialwissenschaftliche Befunde. Hg. v. Herbert Langthaler. Innsbruck 2010. S. 13-32. S. 14.

¹⁰⁸ Recommendations on Statistics of International Migration. Revision 1, Statistical Papers Series M, No. 58, Rev. 1. Hg. v. United Nations, Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division. New York 1998. S. 18.

¹⁰⁹ Conference, S. 90 (zuletzt eingesehen am 13.2.2014).

¹¹⁰ Vgl. SOS Mitmensch: SOS Mitmensch startet Petition gegen Diskriminierungspolitik in neuem Gewand. Im Internet: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120327_OTS0037/sos-mitmensch-startet-petition-gegen-diskriminierungspolitik-in-neuem-gewand (zuletzt eingesehen am 13.2.2014).

der vorliegenden Untersuchung dennoch auf die Kategorie des „Migrationshintergrundes“ zurückgegriffen. Eine Begründung legen Bendl [u.a.] in ihren Ausführungen zum Umgang mit der Zuschreibung „Ethnie“ vor: „Auf der einen Seite steht die Forderung, bestehende Konzepte nicht zu reproduzieren und zu stärken, die in der Vergangenheit zu Ungleichheit und Diskriminierung geführt haben, auf der anderen Seite besteht Bedarf an Forschung und Handlung, die zumindest auf einer beschreibenden Ebene klar abgegrenzt und erfasst werden müssen. Dadurch ist eine Verwendung von Kategorien anhand feststellbarer Charakteristika (nationale Herkunft, Religion, Sprache, Ethnie) nicht zu umgehen.“¹¹¹

4.2.4 Ethnie

Aufgrund der Komplexität und der Problembehaftetheit des Begriffs „Ethnie“ soll auf diesen näher eingegangen werden. Dazu werden sowohl die Charakteristika dieser Kategorie diskutiert als auch die Schwierigkeiten in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung.

Die Zuweisung ethnischer Zugehörigkeit erfolgt bereits bei der Geburt. Kommt ein Kind zur Welt, wird anhand seiner Hautfarbe, seiner Augen- und Haarfarbe oder auch der Gesichtsform entschieden, welcher Abstammung es ist: „Alltagstheoretisch gilt ethnische Zugehörigkeit als ein askriptives und grundsätzlich unveränderbares Personenmerkmal, dessen Zuweisung mit der Geburt, also qua Natur bzw. (Bluts-) Verwandtschaft erfolgt“¹¹².

Ein wesentliches Merkmal im alltagstheoretischen Verständnis von ethnischer Zugehörigkeit ist demnach die scheinbar natürliche Gegebenheit des Merkmals: „Als Ursprung ethnischer und rassistischer Identität gelten häufig Merkmale wie Blutsverwandtschaft, gemeinsame Abstammung oder physische Eigenschaften – und zwar unabhängig davon, welche Bedeutung diese Merkmale für die Alltagspraxis haben.“¹¹³ Diese scheinbare Natürlichkeit von Ethnizität macht es schwierig, sie zu dekonstruieren – vor allem dann, wenn damit Gefühle und Erfahrungen verbunden sind und die Zuschreibung Einfluss auf die Lebenswelt der Personen bekommt. Cornell und Hartmann machen Ethnie als „konstruierte Ursprünglichkeit“ fest. Dabei sollte man „die Wirkmächtigkeit von Ethnizität und Rasse nicht als Folge tatsächlicher Ursprünglichkeit und Naturhaftigkeit betrachten, sondern lediglich als Resultat

¹¹¹ Bendl, Regine [u.a.]: Vertiefende Betrachtungen zu ausgewählten Diversitätsdimensionen. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Regine Bendl [u.a.]. Wien 2012. S. 79-135. S. 100.

¹¹² Müller, Marion und Zifonun, Darius: Wissenssoziologische Perspektiven auf ethnische Differenzierung und Migration: Eine Einführung. In: Ethnowissen. Soziologische Beiträge zu ethnischer Differenzierung. Hg. v. Marion Müller und Darius Zifonun. Wiesbaden 2010. S. 9-33. S. 11.

¹¹³ Cornell, Stephen und Hartmann, Douglas: Ethnizität und Rasse: Ein konstruktivistischer Ansatz. In: Ethnowissen. Soziologische Beiträge zu ethnischer Differenzierung und Migration. Hg. v. Marion Müller und Darius Zifonun. Wiesbaden 2010. S. 61-98. S.83.

entsprechender Metaphern und Symbole“.¹¹⁴ Tatsächlich geht es bei der Zugehörigkeit zu einer ethnischen Gruppe weniger um die tatsächliche Verwandtschaft, sondern – wie es Max Weber definiert – mehr um einen „subjektiven Glauben an eine Abstammungsgemeinsamkeit“¹¹⁵.

Damit ist bereits eine wesentliche Eigenschaft der Zuschreibung „Ethnie“ festgemacht: Sie wird als naturgegeben wahrgenommen, was einen wesentlichen Faktor für ihre Wirkungsmacht darstellt. „Letztlich handelt es sich bei Ethnizität und Rasse gewissermaßen um ‚konstruierte Ursprünglichkeiten‘ (...): Entsprechend gehört es zu den Besonderheiten ethnischer und rassischer Identität, dass sie unabhängig von ihrem tatsächlichen Entstehungshintergrund meistens als tiefer und weitreichender wahrgenommen werden als andere Merkmale oder bloße Interessenslagen.“¹¹⁶

Das wissenschaftliche Verständnis von Ethnizität hat sich insofern gewandelt, als dass gerade in der soziologischen Auseinandersetzung mit dem Begriff ein weitgehendes Umdenken stattgefunden hat, hier sogar von einer „kognitiven Wende“¹¹⁷ die Rede ist. Eine Wende insofern, als dass zum einen immer mehr der konstruktivistische Charakter von „Ethnie“ festgemacht wird, zum anderen mehr Reflexion über den Umgang der Wissenschaft mit derartigen Kategorisierungen besteht. Die Gefahr der Beschäftigung mit diesen Zuschreibungen liegt nämlich darin, sie zu reproduzieren: „Im Falle ethnischer Differenzierungen bedeutet das, dass sich ethnische Kategoriensysteme bzw. die ethnische Typisierung von Personen und deren Verhaltensweisen zum Modell verfestigen.“¹¹⁸ Diese Zuschreibungen werden weiter reproduziert, indem sie von zentralen Institutionen eines Staates objektiviert werden. Das heißt, es kommt etwa durch offizielle Statistiken zu einer „Institutionalisierung ethnischer Differenzierungen“¹¹⁹.

Bei der Untersuchung von Migrationshintergrund und der Zuschreibung von „Ethnie“ ist die Reflexion der Wissenschaft über die eigene Rolle bedeutend. In diesem Sinne wird in der vorliegenden Forschungsarbeit „Ethnie“ als Zuschreibung behandelt. Die Autorin geht nicht von einem Merkmal einer Person aus, das Einfluss auf ihre Kompetenzen hat. Vielmehr ist es Gegenstand der Untersuchung, wie sich die ethnische Zuschreibung und das Wissen über die

¹¹⁴ Cornell und Hartmann, Ethnizität, S. 84.

¹¹⁵ Weber, Max: Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen 1922. S. 271.

¹¹⁶ Cornell und Hartmann, Ethnizität, S. 83.

¹¹⁷ Müller und Zifonun, Perspektiven, S. 14.

¹¹⁸ Ebd., S. 15.

¹¹⁹ Ebd., S. 14.

Herkunft der Person auf ihre Chancen und die Teilhabe im Medienproduktionsprozess auswirken.

4.2.5 Diversität

Diversität wird zumeist als „Vielfalt“ beziehungsweise „kulturelle Vielfalt“ verstanden, wobei unter dem Begriff verschiedenste Kategorien zusammengefasst werden: „Dabei bilden zumeist soziale Kategorien (...) die Grundlage für Definitionen von Diversität oder auch (organisationale) Funktionen (funktionale Diversität).“¹²⁰

Im Rahmen der vorliegenden Forschungsarbeit wird Diversität im Sinne einer Vielfalt an Herkunftsn gedeutet. Sichtbare Diversität wird als Vielfalt an unterschiedlichen phänotypischen Merkmalen gesehen. Detaillierte Ausführungen zu Diversität und Diversitätsmanagement finden sich im Kapitel 17 *Diversity Management*.

4.2.6 Integration

Für den Begriff der „Integration“ existiert keine einheitliche Definition, viel mehr stellt Integration einen Überbegriff dar, in dem unterschiedlichste Verständnisse zusammengefasst werden. Der Umgang mit dem Begriff der Integration wird zudem durch die normative Komponente erschwert, die diesem vielfach innewohnt, womit häufig ein erwünschtes Ziel impliziert wird.

In der vorliegenden Untersuchung wird trotz der Problemstellungen auf den Begriff der Integration zurückgegriffen, der Fokus liegt hierbei auf der Entwicklung eines gemeinsamen Selbstverständnisses: „Wenn unterschiedliche Teile zu einem neuen Ganzen, in diesem Fall zu Gesellschaft werden, ist das Resultat dessen nicht dasselbe, wie die einzelnen Teile zuvor. Auf unsere Gesellschaft bezogen bedeutet dies, dass die Frage der Integration von MigrantInnen auch eine Frage nach dem Selbstverständnis unserer gemeinsamen Gesellschaft ist.“¹²¹

Integration wird demnach als *gemeinsamer Aushandlungsprozess eines neuen gesellschaftlichen Selbstverständnisses unter Berücksichtigung von Diversität verstanden, der mit der Vergabe von Rechten und Pflichten verbunden ist*. Integration wird hier bewusst als Prozess definiert, da die Gesellschaft durch Phänomene wie Migration, Globalisierung und Individualisierungstendenzen in stetigem Wandel ist und somit auch dieses Selbstverständnis Veränderungen unterzogen ist. Daher wird der Begriff der Integration seiner ursprünglichen

¹²⁰ Hofmann, Roswitha: Gesellschaftstheoretische Grundlagen für einen reflexiven und inklusiven Umgang mit Diversitäten in Organisationen. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Regine Bendl [u.a.]. Wien 2012. S. 23-60. S. 31.

¹²¹ Schmidinger, Thomas: Migration und Integration. In: Integration in Österreich. Sozialwissenschaftliche Befunde. Hg. v. Herbert Langthaler. Innsbruck 2010. S. 33-41. S. 39.

Bedeutung wieder näher gebracht, nämlich der „Wiederherstellung eines Ganzen“: Sollen die Teile der Gesellschaft ein Ganzes ergeben, ist ein gemeinsames Selbstverständnis von Bedeutung, wie auch immer dieses definiert sein möge. Nähere Erläuterungen zu unterschiedlichen Integrationsverständnissen bzw. Zugängen wie Assimilation, Multikulturalismus und Transnationalismus finden sich im Kapitel 9 *Integration – Begriff, Zugänge, Modelle*.

4.2.7 Diskriminierung

Das österreichische Gesetz sieht Diskriminierung dann gegeben, wenn eine Person weniger günstig behandelt wird als eine andere.¹²² Unterschieden wird hier zwischen *unmittelbarer Diskriminierung* und *mittelbarer Diskriminierung*. *Unmittelbare Diskriminierung* liegt dann vor, wenn eine Person aufgrund eines bestimmten Merkmals schlechter behandelt wird. *Mittelbare Diskriminierung* ist gegeben, wenn die Auswirkungen einer – scheinbar neutralen – Regelung für eine Person eine Benachteiligung bedeuten.

4.2.8 Rassismus

Hier wird auf den Rassismus-Begriff von Terkessidis zurückgegriffen, der Rassismus anhand dreier Charakteristika ausmacht: 1. *Rassifizierung*, 2. *Ausgrenzungspraxis*, 3. *differenzierende Macht*.¹²³ Als *Rassifizierung* macht Terkessidis die Zuschreibung von Personen als zu einer Gruppe gehörend fest, welche im Kontrast zur eigenen Gruppe steht. Dabei geht es weniger darum, dass Personen in diesem Prozess tatsächlich einer „Rasse“ zugeordnet werden, als viel mehr um „die Festschreibung einer Gruppe als natürliche Gruppe.“¹²⁴ Die *Ausgrenzungspraxis* stellt die „praktische Mechanik des erwähnten Ausschlusses durch Einbeziehung“¹²⁵ dar. Hierzu gehöre etwa die Anwerbung von GastarbeiterInnen in der Vergangenheit, die in den Arbeitsmarkt allerdings nur insofern integriert wurden, als dass sie schlechter bewertete Arbeitsplätze mit weniger Sicherheit zugeteilt bekamen. Die *differenzierende Macht* beschreibt schließlich die Möglichkeit, Personen einer Gruppe

¹²² Vgl. BGBl. I Nr. 66/2004. Im Internet: https://www.ris.bka.gv.at/Dokument.wxe?Abfrage=BgblAuth&Dokumentnummer=BGBLA_2004_I_66 (zuletzt eingesehen am 15.2.2014).

¹²³ Im Folgenden wird weiter auf den Rassismus-Begriff von Terkessidis Bezug genommen.

Vgl. Terkessidis, Mark: Die Banalität des Rassismus. MigrantInnen zweiter Generation entwickeln eine neue Perspektive. Bielefeld 2004. S. 98 ff.

¹²⁴ Ebd., S. 99.

¹²⁵ Ebd., S. 99.

zuzuordnen und etwa in Form von Abschiebungen und ähnlichem Macht über diese auszuüben.

4.2.9 Identität

Zur Definition von Identität wird hier auf den Identitätsbegriff von Stuart Hall zurückgegriffen, der Identitäten als „konstruiert aus unterschiedlichen, ineinandergreifenden, auch antagonistischen Diskursen, Praktiken und Positionen“¹²⁶ deutet. Identität ist in diesem Verständnis etwas Wandelbares; das Selbst – wenn man es so nennen will – ist keine stabile Einheit, sondern in Zusammenhang mit der Umwelt entstanden. Identität entsteht demnach immer in Bezug zum Anderen – als Abgrenzung: „Letztlich sind Identitäten vor allem auf der Grundlage von Differenz konstruiert und nicht jenseits von ihr“¹²⁷.

Dieses Verständnis ist insofern für die Untersuchung gewinnbringend, da gerade diese Identitätskonstruktion durch Differenz die Herausbildung von „Gruppen“ begünstigt und das „Fremde“, „Andere“ erst schafft. Identitätskonstruktionen sind somit auch innerhalb verschiedener Machtformen zu verorten, „was vielmehr ein Effekt der Kennzeichnung von Differenz und Ausschluss denn ein Zeichen einer identischen, natürlich konstituierten Einheit (...) ist.“¹²⁸

4.3 Kommunikationswissenschaftliche Begriffe

4.3.1 Journalismus

Das Journalismus-Verständnis dieser Arbeit bezieht sich auf die Theorien der Cultural Studies: Journalismus wird hier als „die zentrale Deutungsinstanz der modernen Gesellschaft“¹²⁹ gesehen. Dem Journalismus kommt eine bedeutende Rolle zu, indem dieser nicht einfach als Produktion von Medientexten, sondern viel mehr als „kultureller Diskurs zur Selbstverständigung einer Gesellschaft“¹³⁰ gedeutet wird. „Ein solcher Diskurs ist in ständiger Entwicklung begriffen, stets in einem historischen und sozialen Kontext zu verorten. An diesem Diskurs sind KommunikatorInnen, zirkulierende Texte und Rezipierende gleichermaßen beteiligt.“¹³¹ Für die Analyse ist es demnach bedeutend, nicht nur ein Element zu untersuchen, sondern stets das Zusammenwirken von Medienproduktion, Medientext und

¹²⁶ Hall, Stuart: Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Hamburg³ 2010. S. 170.

¹²⁷ Ebd., S. 171.

¹²⁸ Ebd., S. 171.

¹²⁹ Lünenborg, Margreth: Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf. Wiesbaden 2005. S. 68.

¹³⁰ Ebd., S. 101.

¹³¹ Ebd., S. 101.

Rezeption im Blickfeld zu behalten. Des Weiteren ist auch der – für die Cultural Studies so wichtige – Begriff der „Macht“ eine relevante Kategorie für dieses Journalismus-Verständnis: Zum einen, in welcher Form Journalismus bestehende Machtsysteme unterstützt, zum anderen welche Hierarchien im Journalismus selbst wirksam werden.

Auf das Journalismus-Verständnis der Cultural Studies wird näher im Kapitel 5.4 *Grenzziehungen im Verständnis der Cultural Studies* eingegangen.

4.3.2 Medium

In der vorliegenden Forschungsarbeit werden Medien sowohl als technische Kommunikationsmittel wie auch als Institutionen und als Konstrukteure von Realität(en) verstanden: „Erstens verfügen sie über ein technisch basiertes Zeichensystem, welches die Kommunikation mit ihnen auf eine bestimmte Art und Weise (vor-)strukturiert. Zweitens sind sie durch charakteristische soziokulturelle Institutionen gekennzeichnet. Drittens haben Kommunikationsmedien für sie charakteristische Organisationen. Und viertens erbringen sie für bestimmte soziale Gruppen und Gesellschaften spezifische Leistungen, die es als kulturelle Konstruktionen gleichwohl kritisch zu hinterfragen gilt.“¹³²

Im Mittelpunkt stehen bei diesem Verständnis weniger die technischen Charakteristika, als viel mehr die Wirkungsweisen von Medien. Massenmedien tragen in diesem Verständnis zur Konstruktion von Identitäten bei: „So wird z. B. davon ausgegangen, dass Medien als bedeutungsvolle Vermittler von gesellschaftlich dominanten Ideologien und kulturellen Bedeutungen aufgefasst werden müssen, die zwischen verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und Individuen vermitteln“¹³³

4.3.3 Fernsehen/TV-Medien

Fernsehen beziehungsweise TV bezeichnet ein audio-visuelles Medium, wobei mit dem Begriff sowohl das Medienprodukt als auch die Institutionen dahinter gemeint sein können. In der vorliegenden Forschungsarbeit stehen die Organisationen und die Produzierenden des Mediums Fernsehen im Mittelpunkt der Analyse. Für die empirische Untersuchung liegt der Fokus auf digitalem, terrestrischem Fernsehen, das überregional in Österreich ausgestrahlt wird. Berücksichtigt werden jene Fernsehsender, die ein Vollprogramm bieten. Dazu wurde neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk *ORF* und den Privatsendern *ATV* und *Puls4* auch

¹³² Hepp, Andreas: Medienkultur kritisch erforschen: Cultural Studies und Medienanalyse. In: Kultursoziologie. Paradigmen – Methoden – Fragestellungen. Hg. v. Monika Wohlrab-Sahr. Wiesbaden 2010. S. 227-249. S. 230.

¹³³ Lünenborg, Margreth und Maier, Tanja: Gender Media Studies. Eine Einführung. Konstanz und München 2013. S. 35.

der Sender *ServusTV* gezählt, den die *Rundfunk & Telekom Regulierungs-GmbH* als Sender mit Vollprogramm wertet.¹³⁴

4.3.4 Medienproduktion

Bei der Thematisierung von Medien und MigrantInnen wird häufig zwischen Inhaltsebene, Medienrezeption und Medienproduktion unterschieden. Gegenstand dieser Untersuchung ist hauptsächlich die Produktionsebene. Die zentralen Fragen sind demnach: *Wie gestaltet sich ethnische Diversität innerhalb des Medienpersonals? Wie hoch ist der Anteil von Personen mit Migrationshintergrund und bringen diese migrationsspezifische Kenntnisse bei der Medienproduktion mit ein?*

Im Sinne des Cultural Studies-Ansatzes wird darauf Wert gelegt, die Medienproduktion in Zusammenhang mit den dabei produzierten Inhalten und den RezipientInnen zu untersuchen. Entsprechend ist es auch von Bedeutung für die Untersuchung der Produktionsebene, ob MigrantInnen eine Zielgruppe der Medienunternehmen darstellen.

4.3.5 RedakteurIn

Als RedakteurInnen werden hier Personen bezeichnet, die im Berufsfeld des Journalismus redaktionell tätig sind. Der/die RedakteurIn geht einer redaktionellen Tätigkeit in einem Medienunternehmen im Printjournalismus, Hörfunk, Fernsehen oder in Online-Medien nach. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde der Fokus auf TV-RedakteurInnen gelegt.

4.3.6 Medienverantwortliche

Als Medienverantwortliche werden in der Forschungsarbeit Personen in leitenden beziehungsweise repräsentativen Funktionen in Medienunternehmen bezeichnet. Gespräche wurden mit zwei Geschäftsführern, einer Informationschefin und einem *Human Resources-Manager* geführt.

¹³⁴ Vgl. RTR: TV-Programmanalyse. Fernsehvollprogramme in Österreich 2011, Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Band 1/2012. Im Internet: <https://www.rtr.at/de/komp/SchriftenreiheNr12012/Band1-2012.pdf> (zuletzt eingesehen am 19.2.2014).

5. Theoretischer Rahmen

5.1 Der Cultural Studies-Ansatz

Das theoretische Fundament dieser Forschungsarbeit bilden die Medientheorien der Cultural Studies. Der Auseinandersetzung mit kultureller Praxis kommt bei diesem Ansatz besondere Bedeutung zu.

„Die Cultural Studies sind ein theoretisch fundierter, interdisziplinärer Ansatz der Kulturanalyse, der insbesondere auf eine Beschäftigung mit Alltagspraktiken, alltäglichen kulturellen Konflikten und Fragen der soziokulturellen Macht zielt.“¹³⁵

Die VertreterInnen des Cultural Studies-Ansatzes beziehen sich auf einen breiten Kulturbegriff, der auf Raymond Williams Kultur als „whole way of life“¹³⁶ basiert: Kultur wird demnach „Prozess der gesellschaftlichen Aushandlung von Bedeutungen“¹³⁷ verstanden. Aus diesem Kulturverständnis heraus entwickelte sich innerhalb der Cultural Studies eine Tradition des Kulturalismus, wie auch eine strukturalistisch geprägte Forschung: „Im Projekt der Cultural Studies wird *kulturalistisch* auf die Kategorie der Erfahrung und der gesellschaftlichen Praxen zurückgegriffen, *strukturalistisch* werden die Strukturen und gesellschaftlichen Dominanzverhältnisse herausgearbeitet, die diese Praxen prägen“¹³⁸.

Ein weiteres Charakteristikum stellt der Untersuchungsgegenstand von Analysen in der Tradition der Cultural Studies dar: Gerade die VertreterInnen dieses Ansatzes widmen sich vermehrt der „populären Kultur“, was durchaus einen Gegenpol zu den üblicherweise stark auf Nachrichtenjournalismus fokussierten Kommunikationswissenschaften darstellt. Objekte der Analysen sind demnach nicht nur Texte der „Hochkultur“, sondern auch populäre Medientexte.

¹³⁵ Hepp, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden 2010. S. 10.

¹³⁶ Williams, Raymond: „Culture is ordinary“ (1958). In: Cultural Theory. An anthology. Hg. v. Imre Szeman und Timothy Kaposy. S. 53-59. S. 54.

¹³⁷ Lünenborg, Journalismus, S. 63.

¹³⁸ Ebd., S. 61.

5.2 Journalismus als „kultureller Diskurs zur Selbstverständigung einer Gesellschaft“¹³⁹

Der Journalismusbegriff der Cultural Studies geht über das Zur-Verfügung-Stellen von Medientexten hinaus, dem Journalismus wird eine weit höhere gesellschaftliche Bedeutung zugeschrieben: „Journalismus ist in der selbst-reflexiven Mediengesellschaft der zentrale Ort der kulturellen Selbstverständigung einer Gesellschaft.“¹⁴⁰ Der Fokus liegt dabei nicht auf bestimmten Medientexten, sondern umfasst jede Form von Journalismus: „Nicht ausgewählte, einzigartige oder herausragende Einzeltexte werden als journalistische Kulturleistung begriffen, sondern Journalismus als Ganzes wird als Bestandteil von Populär- und Alltagskultur betrachtet.“¹⁴¹

Journalismus wird demnach als Artikulation einer Gesellschaft unter bestimmten Hierarchien und Machtstrukturen betrachtet und entsprechend als „ideologisch und textuell gebundene Ausdrucksweise gesellschaftlicher Strukturen“¹⁴² gedeutet. Der Medienprozess wird von Klaus und Lünenborg in Anlehnung an das Modell von Johnson als „Kreislauf kultureller Bedeutungsproduktion“ definiert. Dieser Kreislauf beinhaltet sowohl die Produktion wie auch den Medientext und die Rezeption – die Bedeutung dieses Medienprozesses entsteht im Zusammenspiel dieser Elemente: „Nicht der isolierte Medientext materialisiert gesellschaftliche Machtverhältnisse, vielmehr werden diese von den ProduzentInnen in den Text eingeschrieben und vom Publikum im Prozess der Rezeption dem Text zugewiesen.“¹⁴³ Wird ein Aspekt dieses Prozesses untersucht, so geschieht dies im Kontext der anderen Teilbereiche. In Bezug auf die Produktionsebene ist es nicht nur das Handeln der Produzierenden, sondern auch das Umfeld, in dem sich die Handlungen vollziehen: „Dabei werden Kontexte des Medienhandelns relevant, die auf Seiten der Produktion als Zusammenwirken zwischen professionellem und subjektgebundenem Agieren zu beschreiben sind.“¹⁴⁴

Als Untersuchungsgegenstand dieser Forschungsarbeit sind Hierarchien und Machtmechanismen im redaktionellen Kontext bedeutend, einen Schwerpunkt bilden Inklusionen und Exklusionen in der Medienproduktion. Für deren Analyse wird auf das Konzept des Cultural Citizenship zurückgegriffen.

¹³⁹ Ebd., S. 101.

¹⁴⁰ Ebd., S. 91.

¹⁴¹ Ebd., S. 67.

¹⁴² Ebd., S. 91.

¹⁴³ Klaus und Lünenborg, Citizenship, S. 200.

¹⁴⁴ Lünenborg, Journalismus, S. 101.

5.3 Ein- und Ausschlüsse in der Mediengesellschaft

Cultural Citizenship wird von Klaus und Lünenborg als „Kontext im Kreislauf kultureller Bedeutungsproduktion“¹⁴⁵ definiert. Cultural Citizenship stellt die kulturelle Teilhabe an der Gesellschaft dar und ist als „umfassendes Recht zu kommunizieren und öffentlich sprechen zu dürfen“ verortet und daher „ein weiterer wesentlicher Baustein für die kommunikationswissenschaftliche Betrachtung europäischer Öffentlichkeit.“¹⁴⁶

Cultural Citizenship stellt eine „wesentliche Dimension von ‚Staatsbürgerschaft‘ in der Mediengesellschaft“¹⁴⁷ dar und erweitert deren grundlegenden Dimensionen, die der Soziologe Thomas H. Marshall auf drei Ebenen festgemacht hat – als bürgerliche, politische und soziale Staatsbürgerschaft –, um die kulturelle Ebene.¹⁴⁸

Da Massenmedien diese kulturelle Ebene wesentlich beeinflussen, als „Motor und Akteur der selbst- und zugleich fremdbestimmten Herstellung von individuellen, gruppenspezifischen und gesellschaftlichen Identitäten“¹⁴⁹ wirken, sind die Ein- und Ausschlüsse, die in Medienunternehmen vollzogen werden, von besonderer Relevanz – betreffend die Inhalte und die sich Artikulierenden. Die vorliegende Untersuchung konzentriert sich dabei auf die Präsenz von Personen mit ausländischen Wurzeln in den österreichischen TV-Medien und analysiert hier entsprechende In- und Exklusionen. Cultural Citizenship geht über diesen Untersuchungsgegenstand noch hinaus und betrifft jede Form der Artikulation im Sinne einer kulturellen Teilhabe. Entsprechend dem Kulturbegriff des Cultural Studies-Ansatzes verorten Klaus und Lünenborg Cultural Citizenship nicht nur in informationsbetonten Medienformaten: „Somit tragen bspw. MTV-Moderatorinnen mit türkischer Herkunft, die subkulturelle Artikulationsformen massenmedial kommunizieren, unter Umständen stärker zur Herstellung von cultural citizenship bei als andere, traditionell höher bewertete Medientexte.“¹⁵⁰

¹⁴⁵ Klaus und Lünenborg, Citizenship, S. 112.

¹⁴⁶ Klaus, Elisabeth: Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext. In: Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Hg. v. Wolfgang R. Langenbucher und Michael Latzer. Wiesbaden 2006. S. 93-106. S. 99.

¹⁴⁷ Klaus und Lünenborg, Citizenship, S. 200.

¹⁴⁸ Vgl. ebd., S. 194.

¹⁴⁹ Klaus, Beschränktheit, S. 99.

¹⁵⁰ Klaus und Lünenborg, Citizenship, S. 201.

Da sich das Konzept des Cultural Citizenship sowohl auf der Mikroebene für verschiedene Medienangebote als auch auf der Makroebene für das Bemühen „um die gleichberechtigte Teilhabe aller Staaten und Völker an den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien“¹⁵¹ anwenden lässt, ist es aus Sicht der Autorin sowohl für die Teilhabe einzelner JournalistInnen am Produktionsprozess als auch für Untersuchungen gesamtgesellschaftlicher Entwicklungen geeignet.

So werden im Rahmen dieser Studie die Teilhabemöglichkeiten von Teilen der Gesellschaft am medialen Produktionsprozess, Ausschlussmechanismen in Medienunternehmen und strukturelle Barrieren, die Exklusion zur Folge haben, untersucht.

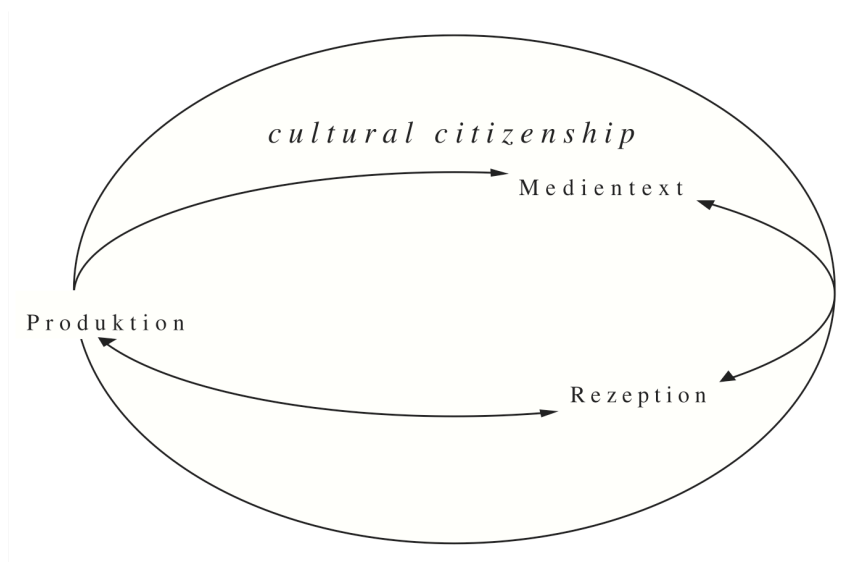


Abbildung 1 Cultural Citizenship als Kontext medialer Bedeutungsproduktionen (Klaus und Lünenborg, Citizenship, S. 2011)

5.4 Ethnische Grenzziehungen im Verständnis der Cultural Studies

Wesentliche Bestandteile von Untersuchungen in der Tradition der Cultural Studies sind die Kategorien „Kultur“, „Macht“, „Identität“. Wird der Kreislauf kultureller Bedeutungsproduktion unter dem Aspekt der Minderheitenbeteiligung betrachtet, so sind diese drei Kategorien von Bedeutung. Innerhalb des Kreislaufs kultureller Bedeutungsproduktion entstehen Machthierarchien, wie bereits mit dem Konzept des Cultural

¹⁵¹ Ebd., S. 210.

Citizenship dargelegt. Es ist wesentlich, wer an der Bedeutungsproduktion teilhat und wer davon ausgeschlossen wird. Auf der Produktionsebene, die zentraler Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit ist, entscheiden diese Machtstrukturen und Hierarchien etwa darüber, wer am Produktionsprozess teilhaben kann. Umgekehrt etablieren sich Machtstrukturen und werden reproduziert, indem bestimmte Gruppen nicht in der Öffentlichkeit stehen und damit nicht als AkteurInnen auftreten können.

Das Interesse der Cultural Studies an der kulturellen Bedeutungsproduktion liegt sowohl in den Ein- als auch in den Ausschlüssen dieses Kreislaufs: Unter welchen Umständen beteiligen sich Mitglieder der Gesellschaft am kulturellen Bedeutungsprozess, wer kann sich daran beteiligen und wer wird ausgeschlossen.

Der Begriff der „Identität“ erschließt sich aus den Kategorien „Macht“ und „Kultur“: Wenn Personen vom öffentlichen Diskurs, der heute zentral über Massenmedien verhandelt wird, ausgeschlossen sind, wirkt sich das auf die Eigen- und auf die Fremdwahrnehmung aus. Die Massenmedien sind für die Konstruktion von Identitäten bedeutend, auch wenn es darum geht, das Bild einer Gemeinschaft zu konstruieren: „Print and then broadcast media brought into being mass publics who began to imagine the community of the nation and nationalism.“¹⁵² Die Rolle der Massenmedien für die Konstruktion von Identitäten wird ausführlicher im Kapitel 7 *Mediale Identitätsräume* thematisiert.

Eine der Differenzlinien, anhand derer Inklusion und Exklusion festgemacht werden können, ist die Zuschreibung „Ethnie“ beziehungsweise „Migrationshintergrund“. Auf Basis der theoretischen Überlegungen zu kultureller Teilhabe im Sinne des Cultural Citizenship wird im Rahmen der vorliegenden Studie untersucht, inwiefern Personen mit ausländischen Wurzeln am medialen Produktionsprozess teilhaben beziehungsweise aufgrund dieser Zuschreibung davon ausgeschlossen werden.

¹⁵² Morley und Robins, *Spaces*, S. 174 f.

6 Die Wirkungsweisen der Massenmedien

Dieses Kapitel befasst sich mit den Wirkmechanismen von Massenmedien und hier insbesondere mit jenen des Fernsehens. Dazu werden Massenmedien beziehungsweise das Fernsehen in – für den Forschungsgegenstand relevanten – Theorien als *Realitätskonstrukteur*, als „kulturelles Forum“ und als *Repertoire für Identitätskonstruktionen* dargestellt.

6.1 Massenmedien als Realitätskonstrukteure

Um die Bedeutung der Repräsentation marginalisierter Gruppen im ganzen Ausmaß festmachen zu können, müssen die Wirkungsweisen der Massenmedien in Zusammenhang mit der Vermittlung von Realität untersucht werden. Die Vorstellung, Massenmedien würden die Realität abbilden, wurde in der Kommunikationswissenschaft verworfen;¹⁵³ vielmehr wird in der Forschung von einer verzerrten Darstellung beziehungsweise Konstruktion von Realität durch die Massenmedien ausgegangen. „Thus, media need to be understood not just as reflections of reality but also in their role in constructing reality“¹⁵⁴

Schulz sieht Nachrichten als „Interpretation unserer Umwelt“, die „’Realität’ eigentlich konstituieren.“¹⁵⁵ JournalistInnen arbeiten demnach mit ihrer „Hypothese von Realität“, welche gerade deshalb so bedeutend ist „weil sie unser aller Bemühen um eine Definition von Welt entscheidend determiniert.“¹⁵⁶ Dies offenbart sich vor allem bei Ereignissen, die für die RezipientInnen erst dann existent werden, wenn sie in der Medienberichterstattung erscheinen.

Diese Medienrealität wird bedingt durch spezifische Prozesse der Medienberichterstattung, von denen drei besondere Bedeutung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung beigemessen wird:¹⁵⁷ *Themenauswahl*, *Framing* und *Bewertung*. Durch die Auswahl der Themen – basierend auf den Nachrichtenfaktoren –, wird zu einer Darstellung aus einem

¹⁵³ Vgl. Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg und München 1976. S. 28.

Vgl. Schulz, Winfried: Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung, 3., überarbeitete Auflage. Wiesbaden 2011. S. 67 ff.

¹⁵⁴ Georgiou, Myria: Introduction: gender, migration and the media. In: Ethnic and Racial Studies, 5/2012. S. 791-799. S. 792.

¹⁵⁵ Schulz, Konstruktion, S. 28.

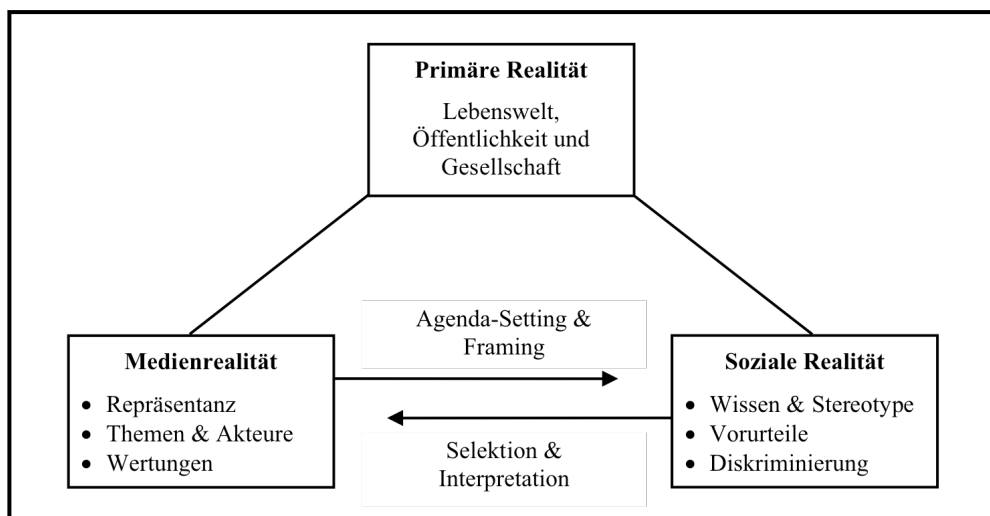
¹⁵⁶ Ebd., S. 29.

¹⁵⁷ Vgl. Bonfadelli, Heinz: Rundfunk, Migration und Integration. In: Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. Hg. v. Tobias Eberwein und Daniel Müller. S. 181-192. S. 183 f.

bestimmten Blickwinkel beigetragen. Dadurch werden Sichtweisen auf Ereignisse, Personen oder Sachverhalte verzerrt dargestellt und eine Form von Medienrealität geschaffen. So erleben die RezipientInnen neben ihrer im Alltag erfahrbaren Realität auch eine *Medienrealität*.¹⁵⁸

Alltagswelt der RezipientInnen und Medienrealität können aber keinesfalls strikt voneinander getrennt betrachtet werden, vielmehr gibt es Wechselwirkungen zwischen den Realitäten. Silverstone attestiert einen immer stärker werdenden Einfluss der Massenmedien auf das alltägliche Leben: „From this perspective mediation is already a crucial constituent of everyday life. And from this perspective everyday life is a weave of the real and the symbolic, of the directly experienced and the mediated. One cannot enquire into one without simultaneously enquiring into the other.“¹⁵⁹

Abbildung 2: Primäre Realität, Medienrealität, Soziale Realität (Bonfadelli, Runfunk, S. 184)



Bonfadelli konstatiert wiederum Wirkungen der Medienrealitäten auf die soziale Realität, was sich in Form von Wissen, aber auch Vorurteilen und Stereotypen äußert.¹⁶⁰ Medienrealität und Lebenswelt werden demnach immer mehr ineinander verwoben, wobei die steigende Abhängigkeit von Massenmedien den Einfluss der durch Medien konstruierten Realität

¹⁵⁸ Vgl. ebd. S. 184.

¹⁵⁹ Silverstone, Roger: Media and Morality. On the rise of the mediapolis. Cambridge 2007.

¹⁶⁰ Vgl. Bonfadelli, Rundfunk, S. 184.

zusätzlich bedeutender werden lässt. Mitunter ist das mediale Wissen über bestimmte Situationen, Orte oder Personen das einzige, über das wir in Hinblick auf diese Themen verfügen – entsprechend ersetzen Medienbilder die nicht vorhandenen eigenen Erfahrungen und werden zu Sekundärerfahrungen.¹⁶¹ „The world and its players appear in the media, and for most of us that is the only place they do appear. Appearance itself becomes, in both senses of the word, the world.“¹⁶²

Gerade Personen und Gruppen, die im gesellschaftlichen Leben marginalisiert sind und kaum Möglichkeiten haben, sich in der Öffentlichkeit zu artikulieren, werden vielfach nur in den Massenmedien als passive Objekte der Berichterstattung dargestellt. Diese massenmedialen Bilder sind umso wirkmächtiger, wenn es den RezipientInnen an realen Erfahrungen in ihrer Alltagswelt fehlt. Der unbekannte „Andere“ wird nur durch die Massenmedien erfahrbar, die Medienrealität zur einzigen Realität, in der er erscheint – oder wie es Silverstone ausdrückt: „the mediated images of strangers increasingly define what actually constitutes the world.“¹⁶³ Bonfadelli macht dies in Bezug auf die Situation in der Schweiz deutlich. Nur in seltenen Fällen hätte die Bevölkerung direkten Kontakt mit Personen mit Migrationshintergrund, die Medienberichterstattung wird damit zur Sekundärerfahrung: „Die Texte und Bilder, welche die modernen Massenmedien von den Ausländern, Asylsuchenden und Migranten als ‚Fremde in der Schweiz‘ tagtäglich vermitteln, strukturieren rezipientenorientierte Vorstellungen in Form von kognitiven *Stereotypen* und verfestigen sich zu affektiv aufgeladenen *Vorurteilen*, welche sich Bevölkerung (sic!) von den gesellschaftlichen Minoritätsgruppen macht.“¹⁶⁴

Diese Erläuterungen führen die Bedeutung einer adäquaten Repräsentation aller Teile der Gesellschaft in den Massenmedien vor Augen. Auch wenn sich die Erfahrungswelten der RezipientInnen nicht lediglich auf die massenmedialen Inhalte beschränken, sind diese doch bedeutende Bestandteile zur Wahrnehmung von Gesellschaft.

6.1.1 Fernsehrealität(en)

Das Medium Fernsehen stellt im Zusammenhang mit Realitätskonstruktionen durch seine audio-visuelle Komponente einen besonderen Fall dar. Vor allem die Visualität trägt zu einer

¹⁶¹ Vgl. Schulz, Kommunikation, S. 76.

¹⁶² Silverstone, Media.

¹⁶³ Ebd.

¹⁶⁴ Bonfadelli, Heinz: Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien. In: Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Hg. v. Heinz Bonfadelli und Heinz Moser. Wiesbaden 2007. S. 95-116. S. 95.

scheinbaren Authentizität bei. Fernsehen wird vom Publikum als besonders realitätsgetreu wahrgenommen.¹⁶⁵ Die fehlende Transparenz des Produktionsprozesses unterstützt diese Wahrnehmung. Dass hinter den scheinbar natürlichen Bildern und Bildabfolgen ein aufwändiger Produktionsprozess steht, wird unsichtbar gemacht und von den RezipientInnen nicht als solcher wahrgenommen: „Er sieht einen Vorgang, nicht ein Bild auf einem Bildschirm, und reagiert mit dem Körper wie bei interaktiver Wahrnehmung und Kommunikation. Offenbar sind Fernseh-Angebote besonders in der Lage, durch die kognitiven Leistungen den Anschein und die Intensität von Unmittelbarkeit und face-to-face Interaktion hervorzurufen.“¹⁶⁶

Ein weiteres Charakteristikum des Mediums Fernsehen stellt die nahtlose Einreihung in unsere Alltäglichkeit dar. Fernsehen wurde – wie kaum ein anderes Medium – in den Alltag integriert und wird als natürlicher Bestandteil wahrgenommen: „We take television for granted, in a way similar to how we take everyday life for granted.“¹⁶⁷ Gerade an dieser Alltäglichkeit des Mediums und der scheinbaren Authentizität seiner Inhalte zeigt sich, wie sehr die Lebenswelt(en) bereits mit der Medienrealität verwoben sind.

In den Anfangsjahren seines Bestehens wurde das Fernsehen als „Fenster zur Welt“¹⁶⁸ gedeutet, mit welchem man das Geschehen in weit entfernten Gebieten von zuhause aus miterleben konnte. Die ZuschauerInnen wurden zu BeobachterInnen – die Wahrnehmung durch die Medienrezeption nachhaltig geprägt: „Seitdem sich der Zuschauer als privilegierter Augenzeuge des vom Fernsehen gelieferten Weltgeschehens betrachtet, ist das Medium zu einem Wahrnehmungshorizont geworden, der unsere Konstrukte von Wirklichkeit beherrscht.“¹⁶⁹ Elsner (et al.) vermuten dadurch eine unwiderrufliche Veränderung der Wahrnehmung des Fernsehpublikums: „Der mit unserer Wahrnehmung eng verbundene, gleichsam *angewachsene Fernseher* im Kopf lässt sich kollektiv nicht mehr abschalten.“¹⁷⁰

Die spezifischen Wirkungsweisen des Mediums Fernsehen stellen die Rahmenbedingungen dar, innerhalb derer die Inhalte und Repräsentationen im TV untersucht werden. Dabei muss davon ausgegangen werden, dass gerade die authentische Vermittlung des Mediums dazu beiträgt, Vorstellungen von Territorien, Menschen und Sachverhalte vielfach weitgehend

¹⁶⁵ Vgl. Schulz, Kommunikation, S. 76.

Vgl. Schmidt, Siegfried J.: Die Wirklichkeit des Beobachters. In: Die Wirklichkeit der Medien. Hg. v. Klaus Merten [u.a.]. Opladen 1994. S. 3-19. S. 14.

¹⁶⁶ Schmidt, Wirklichkeit, S. 16.

¹⁶⁷ Silverstone, Roger: Television and everyday life. London und New York 1994. S. 3.

¹⁶⁸ Elsner, Monika [u.a.]: Zur Kulturgeschichte der Medien. In: Die Wirklichkeit der Medien. Hg. v. Klaus Merten [u.a.]. Opladen 1994. S. 163-187. S. 186.

¹⁶⁹ Ebd., S. 187.

¹⁷⁰ Ebd., S. 187.

unhinterfragt aufzunehmen, zumal diese - wie unter dem Aspekt der Realitätskonstruktion(en) der Massenmedien ausgeführt – zum Teil die einzigen Erfahrungen der RezipientInnen mit bestimmten Themen darstellen.

6.2 Fernsehen als „kulturelles Forum“¹⁷¹

Über die Massenmedien werden unterschiedlichste Deutungen, Lebensformen und –werte verhandelt. Newcomb und Hirsch verorten das Medium Fernsehen daher als „kulturelles Forum“, in dem das Selbstverständnis der Gesellschaft immer wieder neu gedeutet wird.¹⁷² Dabei werde aber nicht nur eine Sichtweise dargestellt, sondern durchaus eine Vielzahl von Meinungen repräsentiert: „In its role as a central cultural medium it presents a multiplicity of meanings rather than a monolithic dominant point of view.“¹⁷³ Nur in einzelnen Fällen würde das Fernsehen nur eine dominante Deutung wiedergeben: „In a few cases we might see strong perspectives that argue for the absolute correctness of one point of view or another. But for the most part the rhetoric of television drama is a rhetoric of discussion.“¹⁷⁴

Das Verständnis von Newcomb und Hirsch, wonach im Medium Fernsehen eine Pluralität der Deutungen möglich ist, wird zwar vielfach geteilt, allerdings bedeutet dies keineswegs, dass damit nicht auch eine Hierarchisierung einhergeht. Maier argumentiert etwa, dass Medientexte immer auch eine gewisse Bedeutung transportieren würden; „dass die Fernseh Wahrnehmung immer schon von der Medialität vorstrukturiert ist, wobei es die gesellschaftlichen Strukturen sind, die zwischen dem Text und den Zuschauenden vermitteln. Zwar kann eine Text seine Bedeutungen niemals völlig kontrollieren, doch legt er immer auch eine bestimmte Auslegung nahe.“¹⁷⁵ Aus diesem Verständnis heraus tragen Massenmedien dazu bei, gewisse Deutungsweisen innerhalb der Gesellschaft zu etablieren und andere abzulehnen. Innerhalb des „kulturellen Forums“ existiert demnach zwar eine Vielfalt an Sichtweisen, einige von ihnen werden aber zweifelsohne höher bewertet als andere. Durch die Vermittlung einer „gängigen“ Deutungsweise im Medium erlangt diese auch in der Gesellschaft stärkeres Gewicht. Aus diesem Grund werden Massenmedien in der

¹⁷¹ Newcomb, Horace und Hirsch, Paul: Television as a Cultural Forum. In: Newcomb, Horace: Television, The Critical View. New York 2000. S. 561–573.

¹⁷² Vgl. Hickethier, Knut: Fernsehen und kultureller Wandel. In: Massenmedien und Zeitgeschichte. Hg. v. Jürgen Wilke. Konstanz 1999. S. 144-159. S. 145.

¹⁷³ Newcomb und Hirsch, Television, S. 564.

¹⁷⁴ Ebd., S. 566.

¹⁷⁵ Maier, Tanja: Gender und Fernsehen: Perspektiven einer kritischen Medienwissenschaft. Bielefeld 2007. S. 131.

Kommunikationswissenschaft auch unter dem Titel „gesellschaftlicher Integrationsfaktor“¹⁷⁶ geführt, da durch diese eine vermeintlich homogene Wertebasis geschaffen wird.

6.3 Fernsehen als Repertoire für Identitätskonstruktionen

Anknüpfend an die vorhergehenden Theorien kann das Fernsehen auch als Institution zur Konstruktion von Identität(en) verortet werden. Auf Basis von Stuart Halls Theorien werden Identitäten immer durch die Abgrenzung zum „Anderen“ geschaffen: „Letztlich sind Identitäten vor allem auf der Grundlage von Differenz konstruiert und nicht jenseits von ihr, d.h. im Gegensatz zu der Form in der man sich gewöhnlich auf sie beruft.“¹⁷⁷ Derartige Identitätskonstruktionen durch Differenzierungen werden auch in den Massenmedien vollzogen. Das Fernsehen bietet hier – vor allem auf visueller Ebene – ein bedeutendes Identitätsrepertoire an.¹⁷⁸ Die Abgrenzung zum „Anderen“ geschieht durch die Markierung des „Fremden“. Dies kann in Form negativer Stereotypisierungen, etwa in der Darstellung von Muslimen als rückständig, stattfinden oder auch in Form einer gewünschten Fremdheit, in der Personen mit ausländischen Wurzeln als exotisch dargestellt werden, und somit wiederum das „Fremde“ markiert wird.¹⁷⁹ Über diesen Mechanismus der Differenzierung in den Massenmedien werden ganze imaginäre Räume konstruiert, in denen Inklusionen und Exklusionen verhandelt werden.

„Die Konstruktion „Europa“, als Raum für Identitäten, findet dabei wesentlich durch eine Abgrenzung gegenüber etwas „Anderem“, „Fremden“ statt. Dabei wird auf territoriale, religiöse, moralische oder auch kulturelle Aspekte Bezug genommen. Moderne und Tradition, Aufklärung und Vormoderne, Zivilisation und Barbarei, Okzident und Orient, Christentum und Islam sind einige jener Dualismen, durch die das eigene Selbst („Wir Europäer“) vom fremden Anderen („Die Afrikaner, die Muslime, die Fundamentalisten“) getrennt wird, das dadurch in der Konstruktion eines europäischen Raumes ausgegrenzt wird.“¹⁸⁰

¹⁷⁶ Ebd., S. 133.

¹⁷⁷ Hall, Stuart: Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Hamburg³ 2010. S. 171.

¹⁷⁸ Vgl. Mikos, Lothar: Mediensozialisation und Identitätsmarkt Fernsehen. In: Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Hg. v. Rehberg, Karl-Siegbert. Frankfurt am Main 2006. S. 3356-3369. S. 3361.

¹⁷⁹ Vgl. Terkessidis, Mark: Globale Kultur in Deutschland: Der lange Abschied von der Fremdheit. In: Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden⁴ 2008. S. 311-325. S. 314.

¹⁸⁰ Klaus, Elisabeth und Drüeke, Ricarda: Inklusion und Exklusion in medialen Identitätsräumen. In: Identität und Inklusion im europäischen Sozialraum. Hg. v. Elisabeth Klaus [u.a.]. Wiesbaden 2010. S. 113-131.

So vermittelt das Fernsehen ein Bild eines Raums, in dem gewisse Gruppen von Personen eingeschlossen sind und andere ausgeschlossen werden, und prägt damit nicht nur auf individueller Ebene Identitäten, sondern wirkt auch entscheidend mit, welches Bild eines Territoriums, eines Volks oder einer Nation in einer Gesellschaft vorherrschend ist. Dieses Modell eines *Medialen Identitätsraumes* wird im folgenden Kapitel näher ausgeführt.

In einem ersten Fazit lässt sich für die Wirkungsweisen von Massenmedien festhalten, dass diese in bedeutendem Ausmaß unsere Einschätzung von Realität prägen und eine zentrale Instanz für individuelle und kollektive Identitätskonstruktionen darstellen. Dieser Status ergibt sich aus den Charakteristika der Massenmedien und insbesondere jenen des Fernsehens: In vielen Fällen stellen Medien die einzige Quelle für Informationen über bestimmte Personen, Länder und Zustände dar – durch die Visualität des Mediums Fernsehen erscheinen diese umso realitätsgetreuer. Derartige Bilder über das „Fremde“ sind es, von denen wir uns abgrenzen und somit unsere Identität im Kontrast zum Anderen bilden. Diese Ausführungen stellen die Basis für die Auseinandersetzung mit der Rolle von JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln in der Medienproduktion dar. Sie dienen der Veranschaulichung dessen, dass es vor allem in audio-visuellen Massenmedien von zentraler Bedeutung ist, wer hier in ein Bild von Gesellschaft integriert wird und wer ausgeschlossen ist beziehungsweise wer nur als passives Objekt im Sinne der Darstellung des „Anderen“ in Erscheinung tritt.

7 Mediale Identitätsräume

In der Kommunikationswissenschaft hat sich in den vergangenen Jahren – wie schon zuvor in anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen – ein „spatial turn“ entwickelt. Das bedeutet, Raumvorstellungen wurden auch hier bedeutender und haben sich in ihrer Auslegung verändert. Für das theoretische Konzept dieser Arbeit wird auf eine derartige Raumvorstellung zurückgegriffen, um die Herstellung von medialer Identität mit all ihren Ein- und Ausschlüssen besser veranschaulichen zu können. Hierbei handelt es sich um das Modell der *medialen Identitätsräume* von Hipfl. Die zentrale Aussage dieses Konzepts ist, dass Massenmedien durch ihre Berichterstattung eine Art „imaginäre Geographie“ schaffen. Bereits David Morley und Kevin Robins argumentierten, dass die Massenmedien starken Einfluss darauf haben, wie Räume vorgestellt werden.¹⁸¹ Die durch Medienbilder geschaffenen Vorstellungen unseres Standorts haben in weiterer Folge Einfluss auf das Verständnis von Gemeinschaften und der eigenen Nation. „Diese Vorstellungen spielen eine zentrale Rolle dabei, wie der jeweils eigene Standort und die damit assoziierte sozio-kulturelle Identität im Vergleich zu anderen eingeschätzt und bewertet wird und sie zeitigen damit gravierende real-politische Folgen.“¹⁸²

Massenmedien konstruieren nach Hipfl drei Arten von Räumen: *geopolitische Räume*, *semiotische Räume* und *Zwischenräume*. *Geopolitische Räume* werden geschaffen, indem Massenmedien einen Raum generieren und ihn mit Personen einer bestimmten Kultur und Herkunft in Verbindung bringen. Daneben verortet Hipfl Medieninhalte als: „semiotische Räume, die daraufhin untersucht werden können, welche sozialen Identitäten und Körper darin vorkommen, wie diese agieren und wie sie sozial bewertet werden.“¹⁸³ Auf dieser Ebene wird auch bestimmt, welche Identitäten ein- und welche ausgeschlossen werden. Die dritte Ebene dieser räumlichen Konzeption sind *Zwischenräume*: Diese sind nicht nur Räume, die durch das Wirken der Massenmedien konstruiert werden, sondern „vielmehr entstehen dabei neue Räume, in denen spezifische Identitäten der NutzerInnen (re-)konstituiert werden.“¹⁸⁴

¹⁸¹ Vgl. Morley, David und Robins, Kevin: Spaces of identity. Global media, electronic landscape and cultural boundaries. London und New York 1996. S. 128.

¹⁸² Hipfl, Brigitte: Mediale Identitätsräume. Skizzen zu einem ‚spatial turn‘ in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie. S. 16 f.

¹⁸³ Ebd., S. 17.

¹⁸⁴ Ebd., S. 17.

Das Konzept der *Medialen Identitätsräume* verdeutlicht den Einfluss der Massenmedien bei der Konstruktion von Identitäten und die Praxis der Inklusion und Exklusion in diesem Prozess. David Morley und Kevin Robins argumentierten, dass kulturelle Gemeinschaft heute mehr denn je über Massenmedien verhandelt wird.¹⁸⁵ Damit legen die Massenmedien implizit fest, wer an dieser Gemeinschaft teilhat: Werden Minderheiten in diesem Prozess ausgeschlossen, basiert das gesellschaftliche Selbstverständnis weitgehend auf einem von der Mehrheitsgesellschaft festgelegten Bild.

Das Medium Fernsehen nimmt in diesem Zusammenhang insofern eine Sonderstellung ein, da hier sowohl die gesamte inhaltliche Ebene als auch die Art der Präsentation und die Personen, die das Programm repräsentieren, zu diesen Identitätskonstruktionen beitragen. Nicht nur die Berichterstattung über ein bestimmtes Ereignis, sondern die Präsentation und die ModeratorInnen gehören zum Bild, das ein Sender nach außen hin vermittelt. Dementsprechend erhält die sichtbare Repräsentation einen hohen Stellenwert im wissenschaftlichen Diskurs über die Teilhabe von MigrantInnen am Medienproduktionsprozess: Die Präsenz von ModeratorInnen mit ausländischen Wurzeln ist nicht nur eine Frage der adäquaten Teilhabe und Chancengleichheit, sondern auch eine Frage des Selbstverständnisses einer Gesellschaft. Mithilfe der massenmedialen Darstellungen wird das Bild eines Territoriums und seiner BewohnerInnen immer neu konstruiert,¹⁸⁶ und dadurch das Selbstverständnis von Regionen und Nationen mitbestimmt: „Diese imaginäre Geographie stützt spezifische regionale und nationale Identitätskonstruktionen“¹⁸⁷.

Die Untersuchung der Bedeutung von Massenmedien bei der Aushandlung eines gesellschaftlichen Selbstverständnisses muss demnach die Teilhabe von Minderheiten am medialen Produktionsprozess, ihre Stellung in Medienunternehmen und ihr Selbstverständnis in ihrer beruflichen Tätigkeit berücksichtigen. Wird die mediale Teilhabe vor dem Hintergrund von Identitätskonstruktionen in Massenmedien untersucht, ist die Rolle des Mediums Fernsehen besonders hervorzuheben. Nicht nur mittels der Themenwahl, sondern auch mithilfe der Präsentation von Personen in prominenten SprecherInnenrollen werden derartige Konstruktionen verstärkt. Frederike Wolf ortet in der Visualisierung bedeutendes Potenzial für interkulturelle Integration: „Es ist diese Sichtbarkeit von Menschen

¹⁸⁵ Vgl. Morley und Robins, *Spaces*, S. 128 ff.

¹⁸⁶ Vgl. Zöllner, Olier: Zugehörigkeit und Teilhabe von Migranten in der Mediengesellschaft: Neue Fernsehkanäle und die alte Aufgabe Integration. In: *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Hg. Andreas Hepp [u.a.]. Wiesbaden 2008. S. 291-309. S. 300 ff.

¹⁸⁷ Ebd., S. 17.

unterschiedlicher Herkunft und Kultur, die für die interkulturelle Integration zur Voraussetzung wird, denn alle Mitglieder der Gesellschaft müssen in der Lage sein, ihre Ethnie, Identität und kulturellen wie politischen Aktivitäten in der Gesellschaft repräsentiert zu sehen.“¹⁸⁸

Dennoch kann nicht davon ausgegangen werden, dass jede Art der Visualisierung zu verstärkter Chancengleichheit von Minderheiten auf anderen Ebenen führt. Stellt Visualisierung auch eine Strategie zur „Sichtbarmachung“ von Minderheiten dar, so können vermeintlich positive Bilder die Ausgrenzung verstärken. Vor allem in antidiskriminierenden und antirassistischen Initiativen wurde in den letzten Jahrzehnten oftmals die größere Sichtbarkeit mit einer stärkeren politischen Durchsetzungskraft gleich gesetzt. Dass dieser vermeintliche Zusammenhang zu kurz greift, wird in der Auseinandersetzung mit Film und Fernsehen deutlich. TV-Produkte, die versuchen negative Stereotype zu bekämpfen, tragen oftmals zur Reproduktion derselben bei. Im folgenden Kapitel wird der vermeintliche Zusammenhang zwischen verstärkter Visualisierung und stärkerer politischer Durchsetzungskraft genauer untersucht.

¹⁸⁸ Wolf, Frederike: Interkulturelle Integration als Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Die Einwanderungsländer Deutschland und Großbritannien im Vergleich. Wiesbaden 2011. S. 97.

8 Chancen und Problematik von Visualisierungsstrategien

Für eine tiefer gehende Auseinandersetzung mit Visualisierungsstrategien und der möglichen Gefahr einer Reproduktion von Stereotypen wird hier auf die Überlegungen von Johanna Schaffer Bezug genommen. Schaffer nähert sich dem Zusammenhang von Sichtbarkeit und der dadurch entstehenden vermeintlich größeren Anerkennung aus der Perspektive der visual culture-Forschung und argumentiert, dass größere Sichtbarkeit keineswegs größeren Handlungsspielraum oder stärkere politische Durchsetzungskraft für unterprivilegierte Gruppen bedeuten muss. Vielmehr könnten durch eine verstärkte Sichtbarkeit strukturelle Ungleichheiten reproduziert werden. „Denn genau weil Sichtbarkeit und Sichtbarmachung immer auch notwendig einen Rückgriff auf bereitstehende, vorformulierte und im Zuge des Zitierens sich reartikulierende Repräsentationsparameter und –standards bedeutet, produziert die Praxis der Sichtbarmachung minorisierter Positionen immer auch die paradoxe Situation der Affirmation der jeweiligen Minorisierung.“¹⁸⁹

Selbst antirassistische Initiativen müssten Stereotypen nicht zwangsläufig entschärfen, sondern könnten zu einer Reproduktion derselben beitragen. Schaffer sieht diese These anhand einer Untersuchung zweier deutscher, anti-rassistischer Plakatserien bestätigt. Die Intention dieser Initiativen sei zwar die positive Darstellung marginalisierter Teile der Bevölkerung, dennoch werde dabei auf Stereotype zurückgegriffen und Vorurteile damit verstärkt. „Das Dilemma, in der Sichtbarmachung auf spezifische Weisen (...) besonders in der fotografisch, filmisch oder videotechnisch basierten Repräsentation Strukturen der Minorisierung zu wiederholen, begleitet dabei häufig, wenn auch keineswegs ausschließlich, die staatlich sanktionierten oder von öffentlicher Hand geförderten Projekte, oder, allgemeiner gesprochen, jene Projekte, deren Produktions- und Zirkulationswerkzeuge fest in majoritärer Hand liegen.“¹⁹⁰

Schaffer nennt derartige Versuche, Bilder von unterprivilegierten Gruppen mit positiven Zuschreibungen auszustatten, „Anerkennung im Konditional“: „Bedingt ist sie, da sie vor allem der ‚Produktion des Souveränitätsgefühls (...) majoritärer Subjektpositionen dient.

¹⁸⁹ Schaffer, Johanna: Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung. Bielefeld 2008. S. 52.

¹⁹⁰ Ebd., S. 105.

Bedingt heißt: nur dann, wenn die Bestätigung des Souveränitätsgefühls majoritärer Subjektpositionen nicht zur Disposition steht, wird Anerkennung verliehen.“¹⁹¹

Auf die Untersuchung der sichtbaren Teilhabe von Minderheiten in audio-visuellen Medien sind die Ausführungen Schaffers durchaus anwendbar, da sie die Wirkung von Sichtbarkeit als „zentrale Kategorie oppositioneller politischer Rhetoriken“¹⁹² in Frage stellen und die „Vorstellung eines kausalen Zusammenhangs zwischen Sichtbarkeit und politischer Macht“¹⁹³ problematisieren. Allerdings muss in diesem Zusammenhang das spezifische Untersuchungsfeld von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in TV-Redaktionen beachtet werden. Das bedeutet, dass die Analyse Schaffers vor allem ein Instrumentarium für die Untersuchung von Minderheiten *vor* der Kamera bietet – etwa, in welcher Form ModeratorInnen mit sichtbarem Migrationshintergrund in TV-Sendungen positioniert werden. Schaffer greift in ihrer Studie auf Material aus den erwähnten Plakatserien und Filmen zurück, wobei hier die zu einer Minderheit gehörenden AkteurInnen und deren Darstellung untersucht werden. Wird die Positionierung von ModeratorInnen beziehungsweise RedakteurInnen mit Migrationshintergrund betrachtet, muss genauso analysiert werden, in welchem Kontext die jeweiligen Personen auftreten und ob dabei die Zuschreibung „Migrationshintergrund“ markiert wird.

Die von Schaffer beschriebene „paradoxe Situation der Affirmation der jeweiligen Minorisierung“¹⁹⁴ zeigt sich wohl am deutlichsten bei TV-Formaten, in denen Personen mit ausländischen Wurzeln auf ihre Rolle als MigrantInnen reduziert zu werden drohen. Als Beispiel dafür können Nischenprogramme wie *Heimat, fremde Heimat* im Fernsehsender *ORF 2* – aufgrund ihrer besonderen Stellung gegenüber anderen Programmen des Senders – herangezogen werden. So stellt ein Akzent in der Sprache in anderen Formaten durchaus ein Problem dar, in dieser Sendung allerdings nicht. Hier entsteht der Eindruck, dieses Format werde bewusst anders gestaltet als andere Programme. Dadurch und durch den wenig attraktiven Sendeplatz¹⁹⁵ nimmt das Programm eine spezielle Stellung ein, womit eine „Andersartigkeit“ dieses Formats besonders hervorgehoben wird.

¹⁹¹ Ebd., S. 60.

¹⁹² Ebd., S. 12.

¹⁹³ Ebd., S. 12.

¹⁹⁴ Ebd., S. 52.

¹⁹⁵ Die Sendung „Heimat, fremde Heimat“ läuft sonntags um 13.30 Uhr auf „ORF 2“. Vgl. NN: Heimat, fremde Heimat. Im Internet: <http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf2/hfh.html> (zuletzt eingesehen am 24.3.2014).

Als Beispiel für spezielle Positionierungen führt Schaffer in diesem Zusammenhang auch den Kulturbereich an: „In bestimmten gesellschaftlichen Feldern, besonders im Kultur- und Unterhaltungssektor, ist ethnisierten und rassisierten Subjektpositionen durchaus ein Platz bereitgestellt – als Spektakel (...). In anderen Feldern hingegen, vor allem in jenen, in denen es um die politische und politisch legitimierte Aushandlung gesellschaftlicher Strukturen und Ressourcenverteilung geht, werden diese Plätze nicht nur nicht bereit gestellt, sondern darüber hinaus wird der Kampf minorisierter Zusammenhänge um die Etablierung dieser Plätze diskursiv gelöscht.“¹⁹⁶

Daneben führt Schaffer noch zwei weitere Strategien in der Darstellung von Minderheiten an, die „auf der Repräsentationsebene eine Einschränkung von Handlungsfähigkeit“ darstellen. Sie nennt diese „die Produktion der absoluten Andersartigkeit als sichtbare Wahrheit“ und „eingeschränkte Handlungsfähigkeit im nationalen Bildrahmen“¹⁹⁷. Ersteres bedeutet die Produktion von Differenzen – vor allem im körperlichen Bereich –, um die Unterschiede und damit Ungleichheiten zu naturalisieren. Letzteres meint die Darstellung der Passivität, womit wiederum die eingeschränkte Handlungsfähigkeit von Minderheiten auch visuell unterstützt wird.

Mit einer stärkeren Sichtbarkeit müssen demnach nicht mehr Macht oder Handlungsmöglichkeiten einhergehen. Für die Sichtbarkeit von Minderheiten und hier von Personen mit Migrationshintergrund in TV-Inhalten gilt dies insbesondere auch deshalb, da die Sichtbarwerdung meist keinen emanzipatorischen Akt der einzelnen Personen darstellt, sondern die Fernsehsender die Macht über die Sichtbarkeit innehaben, indem sie entscheiden, wer ins Bild gelangt. Zudem ist auch die individuelle Perspektive der handelnden Personen mit Migrationshintergrund zu beachten, die in ihrer beruflichen Aufgabe nicht zwangsläufig als VertreterInnen einer Minderheit auftreten, sondern sich als JournalistIn beziehungsweise ModeratorIn verwirklichen wollen. Nichtsdestotrotz stellt die sichtbare Positionierung von minorisierten Teilen der Gesellschaft in audio-visuellen Massenmedien eine bedeutende Funktion auf der symbolischen Ebene dar, auch wenn damit – folgt man den Ausführungen Schaffers – nicht zwangsläufig mehr Handlungsspielraum im politischen Sinn für MigrantInnen einhergeht.

Eine Analyse von Diversität im redaktionellen Personal von Fernsehsendern muss daher nicht nur die Präsenz von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund untersuchen, sondern auch

¹⁹⁶ Schaffer, Ambivalenzen, S. 102.

¹⁹⁷ Ebd., S. 99.

die Hierarchien in den Medienunternehmen und die Durchsetzungsmöglichkeiten alternativer Deutungsweisen. Die Sichtbarkeit alleine stellt nicht sicher, dass unterschiedliche Deutungsweisen in das journalistische Produkt einfließen, sie kann aber – im Sinne eines medialen Identitätsraumes – eine Zugehörigkeit auf symbolischer Ebene vermitteln und somit dazu beitragen, dass sich MigrantInnen als Zuschauer in den Massenmedien vertreten fühlen. Dies wiederum stärkt das Bewusstsein, Teil einer Gesellschaft zu sein.

9 Integration – Begriff, Zugänge, Modelle

Dieses Kapitel stellt eine Annäherung an den Begriff der Integration dar. Dabei wird zuerst auf die unterschiedlichen Begriffsdefinitionen und Deutungen von Integration eingegangen und in weiterer Folge werden verschiedene Integrationszugänge dargestellt. Betrachtet werden Theorien der Assimilation, des Multikulturalismus, Transnationalismus sowie interkulturelle Integration. Diese Darstellung soll die Bandbreite von Integrationsverständnissen verdeutlichen und damit die Schwierigkeit, diesen Begriff sachlich zu fassen.

Der Begriff der „Integration“ stellt für die Sozialwissenschaften eine definitorische Herausforderung dar. Das liegt zum einen an den vielfältigen Bedeutungen, die diesem Begriff zugeschrieben werden, zum anderen an seinem vielseitigen Gebrauch, sowohl in der alltagsweltlichen Praxis als auch in der wissenschaftlichen Debatte. Dabei wird der Begriff „Integration“ in seiner alltagsweltlichen Verwendung zumeist als erwünschter Prozess oder Zustand bei der Eingliederung von Zugewanderten verstanden; ihm wohnt damit ein normativer Charakter inne – wer als „integriert“ begriffen wird, ist letztendlich von den Vorstellungen der jeweiligen Aufnahmegesellschaft abhängig. Dementsprechend wird der Integrationsbegriff mitunter zur normativ-politischen Kategorie, mit der erwünschte Integrationsziele in der jeweiligen Gesellschaft festgemacht werden. Der normative Charakter kann allerdings nicht nur im politischen und alltagsweltlichen Gebrauch, sondern auch in der wissenschaftlichen Verwendung festgestellt werden.

9.1 Integrationszugänge in der Wissenschaft

Ein hartnäckiger Kritikpunkt in der wissenschaftlichen Debatte ist die unpräzise Verwendung des Begriffs „Integration“. Der Terminus dient mehr oder weniger als Containerbegriff für etliche unterschiedliche Verständnisse, angefangen von Eingliederung, bis hin zur Anpassung an einen bestimmten Aufnahmekontext.¹⁹⁸ Grundsätzlich leitet sich der Begriff „Integration“ vom lateinischen „integro“ bzw. „integratio“ ab – was „wiederherstellen“ bzw. die

¹⁹⁸ Vgl. Trebbe, Joachim: Ethnische Minderheiten, Massenmedien und Integration. Eine Untersuchung zu massenmedialer Repräsentation und Medienwirkungen. Wiesbaden 2009. S. 25.

„Erneuerung“ bedeutet.¹⁹⁹ Dieses Begriffsverständnis impliziert, dass hiermit eine (bereits da gewesene) Einheit wieder hergestellt wird. Damit ist auch bereits ein Charakteristikum des wissenschaftlichen Diskurses festgemacht: Hierbei wird vielfach auf eine vormals vorhandene Einheit hingewiesen, die im Integrationsprozess wieder angestrebt wird. Nicht zwangsläufig ist damit speziell auf eine durch Zuwanderung geprägte Gesellschaft hingewiesen, viel mehr wird Desintegration generell als Herausforderung für moderne Gesellschaften gedeutet. Eine starke Individualisierung der Lebensstile, das Verschwinden traditioneller Gesellschaftsstrukturen und die „Pluralisierung von Wert- und Normvorstellungen“²⁰⁰ führen zu einer Situation, die vielfach als „Desintegrationsprozess“ gedeutet wird. Viele sozialwissenschaftliche AutorInnen orten ein durch Individualisierung, Fragmentierung und Globalisierung beeinflusstes Auseinanderdriften der Gesellschaft: „Die Modernisierungsprozesse beförderten eine fortschreitende Rationalisierung und gesellschaftliche Differenzierung, die althergebrachte Strukturen – z.B. die Durchdringung des Alltags mit Religion – auflöst und statt verbindlich vorgegebenen sozialen Normen, Orten und Rollen vielmehr Pluralismus, Heterogenität, Segmentierung, Wahlzwänge und Wahlchancen befördert. Damit zeichne sich eine Orientierungs- und Sinnkrise ab.“²⁰¹

Damit ist der Begriff der Integration keineswegs an Migrationsprozesse gebunden, sondern betrifft ein gesamtgesellschaftliches Phänomen, dem vor allem angesichts der Entwicklungen in modernen Gesellschaften zunehmend Aufmerksamkeit entgegen gebracht wird:

„Die Einheit der Gesellschaft scheint uns verloren gegangen zu sein, weil es an übergreifend wirkenden Instanzen zur Koordination, zur Herstellung und sogar zur Beschreibung von Einheit der Gesellschaft (scheinbar) fehlt. Die gesellschaftliche Unübersichtlichkeit nimmt zu, und die weltgesellschaftliche Perspektive vermag uns nicht über die unmittelbaren Probleme sozial-räumlicher wie sozialer Desintegrationsphänomene hinwegzuhelfen.“²⁰²

Diese Entwicklungen haben ebenso starken Einfluss auf den Nationalstaat und werden für diesen mitunter zum Bedrohungsszenario; Fragmentierungs- und Globalisierungstendenzen werden als Gefahr für dessen Einfluss gedeutet. Nicht umsonst beschäftigt sich immer mehr sozialwissenschaftliche Forschung mit transnationaler Integration – die Deutung des Nationalstaats als selbstverständlicher Rahmen für Integrationsprozesse wird seit längerem

¹⁹⁹ Vgl. Stowasser, S. 241.

²⁰⁰ Jarren, Integration, S. 24.

²⁰¹ Imbusch, Peter und Rucht, Dieter: Integration und Desintegration in modernen Gesellschaften. In: Integrationspotenziale einer modernen Gesellschaft. Hg. v. Wilhelm Heitmeyer und Peter Imbusch. Wiesbaden 2005. S. 13-72. S. 17.

²⁰² Jarren, Integration, S. 24.

hinterfragt, aus Sicht der Transnationalismus-BefürworterInnen muss der „methodologische Nationalismus“²⁰³ überwunden werden. Auf die Transnationalismus-Forschung wird in weiterer Folge näher eingegangen, zuvor wird aber eine Systematik unterschiedlicher Integrationszugänge dargestellt.

9.2 Ansätze zu Integration – eine Systematik

Imbusch und Rucht erstellen eine Systematik und unterscheiden vier Arten von Zugängen zur Integrationsthematik in der sozialwissenschaftlichen Literatur.²⁰⁴

- *Wertbezogene Theorien:* Die Basis für soziale Integration stellen in diesen Ansätzen gemeinsame Werte dar. Vertreter sind Emile Durkheim und Charles Taylor.
- *Vertragstheorien:* In diesen Theorien ist Vernunft das zentrale Mittel für soziale Integration, diese Vernunft wiederum drückt sich in Verträgen aus. Vertreter sind Thomas Hobbes und Rational Choice-Theoretiker.
- *Strukturfunktionalistische und funktionalistische Systemtheorien:* Integration zwischen verschiedenen Teilsystemen wird in diesen Ansätzen durch Vermittlungsmechanismen gewährleistet. Vertreter sind Talcott Parsons und Niklas Luhmann.
- *Konflikt- und Anerkennungstheorien:* Aus Sicht der VertreterInnen dieser Strömung existieren Konflikte, welche aber entschärft werden können, etwa durch Akzeptanz von Differenzen. Dadurch kann schließlich soziale Integration entstehen.

9.2.1 Kritik an bestehenden Integrationsansätzen

Die Autoren kritisieren angesichts der unterschiedlichen Positionen zur Integrationsthematik eine fehlende Komplexität und machen hier mehrere Aspekte fest, die aus ihrer Sicht entscheidend für die Qualität der Theorieansätze sind. Zum einen ist das die Analyse mehrerer Ebenen: Um die Komplexität der Umstände deutlich zu machen, ist eine Mehrebenenanalyse notwendig. Weiters legen Imbusch und Rucht eine Differenzierung von System- und Sozialintegration, wie sie etwa von Thomas Lockwood vorgeschlagen wurde, nahe. Für

²⁰³ Bommes, Michael: Der Mythos des transnationalen Raums. Oder: Worin besteht die Herausforderung des Transnationalismus für die Migrationsforschung. In: Migration im Spannungsfeld von Globalisierung und Nationalstaat. Hg. v. Dietrich Tränhardt und Uwe Hunger. Wiesbaden 2003. S. 90-116. S. 99.

²⁰⁴ Vgl. Imbusch und Rucht, Integration, S. 58.

gelungene Integration sei die Regelung der Teilhabe „an den materiellen und kulturellen Gütern einer Gesellschaft“²⁰⁵ nötig, auf der institutionellen Ebene müsse Chancengleichheit geschaffen und auf der personellen Ebene emotionale Beziehungen aufgebaut werden.

Eine Mehrebenentheorie soll in weiterer Folge erklären, wie Effekte auf der Makroebene mit den individuellen Positionen auf der Mikroebene zusammenspielen. Des Weiteren wird dazu angeregt, auf jeder Ebene mehrere Integrationsmechanismen zu beleuchten und miteinzubeziehen. Als Beispiel nennen Imbusch und Rucht Familienstrukturen, die nicht nur durch eine gemeinsame Wertebasis integrativ wirken, sondern auch durch funktionale Aspekte wie etwa eine Arbeitsteilung innerhalb der Familie.²⁰⁶

In Anlehnung an den Bielefelder Desintegrationsansatz schlagen die Autoren folgende Parameter zur Bewertung des Integrationsfortschritts vor:²⁰⁷

- *Prinzipien* greifen die Wertvorstellungen auf, die in einer Gesellschaft hinsichtlich des Zusammenlebens verfolgt werden.
- *Mechanismen* beziehen sich auf die Umstände oder Regelungen, durch die es Integrationsprozessen kommt.
- *Rahmen* beschreibt, in welchem Regelungsrahmen Integration stattfindet und wie Institutionen (z.B. Massenmedien) dazu beitragen.

Imbusch und Rucht liefern ein Instrumentarium für die Analyse von Integrationsprozessen – eine Bewertung von gelingender beziehungsweise misslingender Integration wird dadurch allerdings nicht ermöglicht. Die Problematik dabei ist die nicht mögliche Objektivierbarkeit eines gelingenden Integrationsprozesses. Integration kann letztlich immer nur im Kontext des verwendeten Integrationsverständnisses als gelungen oder gescheitert bewertet werden, worauf die Autoren in weiterer Folge selbst hinweisen: „Somit ginge es zunächst um die Klärung dessen, was die jeweiligen Sprecher unter Integration verstehen, welche Integrationsdimensionen- bzw. -felder zu unterscheiden und welche Kriterien anzulegen sind, um bestimmte Grade von Integration oder Desintegration festzustellen.“²⁰⁸

Auch gesellschaftliche Veränderungen, insbesondere eine sinkende Bedeutung des Nationalstaats, hat Auswirkungen auf die Definition dessen, was als „erfolgreiche

²⁰⁵ Imbusch und Rucht, Integration, S. 60.

²⁰⁶ Vgl. ebd., S. 62.

²⁰⁷ Vgl. ebd., S. 62.

²⁰⁸ Ebd., S. 66.

Integration“ bezeichnet wird: „Je abgeschwächter die mentalitätsprägende Macht des Nationalstaates und dessen disziplinierender Zugriff auf das Bewusstsein der Einzelnen, umso größer die Variabilität möglicher Identitätsbezüge, umso stärker wird die Erfahrung der Migration aber auch individualisiert“²⁰⁹. Damit rückt die Individualität stärker in den Mittelpunkt der Betrachtungen: „Erfolgskriterium wäre nicht mehr erfolgreich durchlaufene Anpassung, sondern der Grad erreichter Autonomie.“²¹⁰

9.3 Assimilation versus Multikulturalismus?

Die vorangegangenen Ansätze zur Integrationsthematik konzentrierten sich nicht speziell auf die Eingliederung von Zugewanderten in die Aufnahmegesellschaft, sondern widmeten sich dem Begriff der Integration in einem größeren Zusammenhang, nämlich der Gewährleistung von Stabilität und Einheit in einem gesamtgesellschaftlichen Verständnis.

In der gegenwärtigen sozialwissenschaftlichen Forschung zu Integration liegt der Fokus hauptsächlich auf der Situation von Zugewanderten in der Aufnahmegesellschaft. Charakteristisch für diese Diskussion ist die Uneinigkeit über die Bedeutung der verwendeten Begriffe, zugleich sind diese in der Praxis stark normativ geprägt und werden somit vielfach als „Kampfbegriffe“ gedeutet. Speziell Konzepte zu *Assimilation* und *Multikulturalismus* werden häufig als Antonyme verwendet. In den folgenden Unterkapiteln werden mehrere Ansätze zu Assimilation und Multikulturalismus dargelegt.

9.3.1 Integration durch Assimilation

Das Konzept der Assimilation war vor allem in der frühen soziologischen Auseinandersetzung mit der Eingliederung von ZuwanderInnen vorherrschend. Dabei wurde der Abbau kultureller Unterschiede in den Mittelpunkt dieser Theorien gestellt und damit als Ziel des Integrationsprozesses definiert.

Ein solches Verständnis verfolgte die **Chicago School**. Im so genannten *race-relation-cycle* veranschaulicht Robert Park einen Zyklus, an dessen Ende Assimilation als Ziel steht.²¹¹ Nach

²⁰⁹ Reinprecht, Christoph: Empirisch gestützte Reflexionen zur Bestimmung des Integrationserfolgs im Migrationskontext. In: Integration in Österreich. Sozialwissenschaftliche Befunde. Hg. v. Herbert Langthaler. Innsbruck 2010. S. 42-48. S. 46.

²¹⁰ Ebd., S. 46.

²¹¹ Vgl. Oswald, Ingrid: Migrationssoziologie. Konstanz 2007. S. 94 f.

einer Phase des Kontakts folgt eine konfliktreiche Phase, die Akkomodation und schließlich die Assimilation als „Auflösung der ethnischen Dimension“²¹² zur Folge hat.

In Folge entstanden einige weitere Assimilationsmodelle, die Assimilation als das angestrebte Ziel des Eingliederungsprozesses ansahen. **Milton M. Gordon** sieht in den 1960er-Jahren zivile Assimilation als Ziel eines Integrationsprozesses, der sich von einer kulturellen Assimilation über eine strukturelle Assimilation, interethnische Hochzeiten, die emotionale Bindung zum Aufnahmeland, einen Abbau von Diskriminierung hin zur zivilen Assimilation entwickelt, was hier als „absence of value and power conflict“²¹³ definiert ist.

Die Kritik an diesen frühen Assimilationstheorien bezog sich vor allem auf ihr Ziel: die vollständige Assimilation von Zugewanderten an die Aufnahmegesellschaft und die Annahme, dass dieser Prozess ohne Konflikte und Rückschritte – also stets progressiv – abläuft. Des Weiteren wird die Vorstellung einer völligen Einebnung jeglicher kultureller Unterschiede als überholt angesehen, da in der empirischen Forschung durchaus Formen des friedlichen Zusammenlebens sprachlich-kulturell unterschiedlicher Gruppen in einem Staat bekannt sind.²¹⁴ Differenziertere Assimilationstheorien beziehen unterschiedliche Assimilationsformen mit ein, welche auch negative Konsequenzen nach sich ziehen können – etwa Formen der „downward assimilation“, was sich etwa in einer Anpassung an sozial schlechter-gestellte Schichten und in weiterer Folge einem „Ableiten bestimmter Herkunftsgruppen in die >>urban underclass<<“²¹⁵ äußert.

Im Unterschied zu den vorher genannten Assimilationskonzepten ist das Modell des Soziologen **Hartmut Esser** differenzierter. Um den vielschichtigen Begriff der Integration einzugrenzen, greift Esser auf die Differenzierung von System- und Sozialintegration des Soziologen David Lockwood zurück und macht Systemintegration als „die Integration des *Systems* einer Gesellschaft als Ganzheit“ fest, während Sozialintegration „auf die Integration der Akteure (...) ,in’ das System hinein“²¹⁶ verweist.

²¹² Reinprecht und Weiss, Migration, S. 24.

²¹³ Vgl. Gordon, Milton: Assimilation in American Life. The Role of Race, Religion, and National Origin. New York 1964. S. 71.

²¹⁴ Vgl. Oswald, Migrationssoziologie, S. 96.

²¹⁵ Reinprecht und Weiss, Migration, S. 25.

²¹⁶ Esser, Hartmut: Integration und ethnische Schichtung, Arbeitspapiere – Mannheimer Zentrum für europäische Sozialforschung, Nr.40/2001. Mannheim 2001. S. 3.

Dimensionen sozialer Integration

Auf der Ebene der *Sozialintegration* macht Esser vier unterschiedliche Dimensionen fest: Diese beziehen sich zunächst auf den Begriff der „Integration“, werden vom Autor in weiterer Folge aber für sein Assimilationskonzept übernommen.

- *Kulturation*: Die AkteurInnen erlangen Wissen und Kompetenzen, insbesondere sprachliche Fähigkeiten, um mit ihrer Umwelt kommunizieren und interagieren zu können. Diese Fähigkeiten werden von Esser als „(Human-)Kapital“²¹⁷ gedeutet, das entscheidend ist, um Anknüpfungspunkte an andere Gesellschaftsmitglieder zu schaffen.
- *Platzierung*: Die AkteurInnen bekommen einen Platz in der Gesellschaft zugewiesen – etwa in Form einer beruflichen Position. Vielfach geht damit auch die Erlangung spezifischer Rechte einher – ein Beispiel hierfür wäre die Staatsbürgerschaft.
- *Interaktion*: Die AkteurInnen stimmen ihr Wissen und ihre Fähigkeiten aufeinander ab und passen sich aneinander an. Aus diesen sozialen Interaktionen entstehen in weiterer Folge Beziehungen.
- *Identifikation*: Die AkteurInnen entwickeln ein „Wir“-Gefühl und sehen sich als Teil der Gesellschaft. Beispiele einer solchen Identifikation sieht Esser etwa in der Annahme gesellschaftlicher Werte.

Die jeweiligen Dimensionen der Sozialintegration hängen für Esser zusammen bzw. bedingen sich gegenseitig. So sei die *Identifikation* als Folge von *Kulturation* und *Platzierung* zu sehen. Jemand, der über die entsprechenden Kompetenzen verfügt und einen Platz in der Gesellschaft erlangt, kann sich eher mit dieser identifizieren, so die These.

Während hier die zentralen Dimensionen der Sozialintegration erläutert wurden, postuliert Hartmut Esser die Assimilation als einzig realistisches Szenario in Bezug auf die Eingliederung von Zugewanderten. Hartmut Essers Assimilationskonzept unterscheidet sich dabei allerdings insofern von früheren Assimilationstheorien, als dass Esser nicht von einer vollständigen Angleichung der Zugewanderten in allen Teilbereichen der Gesellschaft ausgeht, sondern Assimilation als Einebnung systematischer Differenzen sieht.

„Es geht bei dem hier dargestellten Konzept der Assimilation also um die Auflösung systematischer Unterschiede zwischen den verschiedenen Gruppen und Kategorien, nicht aber

²¹⁷ Ebd., S. 8.

um die Gleichheit der ‚Individuen‘ in allen Belangen. Das heißt: Es kann selbstverständlich soziale Ungleichheiten auch bei Assimilation geben, aber diese Ungleichheiten dürfen sich zwischen den ethnischen Gruppen nicht unterscheiden; Einheimische und Migranten partizipieren im *Gruppenvergleich* in gleicher Weise an den Rechten und Ressourcen einer Gesellschaft.“²¹⁸

Je nach Einstellung zum Herkunfts- bzw. zum Aufnahmekontext und zur ethnischen Gemeinde in der Aufnahmegesellschaft macht Esser vier unterschiedliche Typen der Sozialintegration fest.²¹⁹

Marginalität ortet Hartmut Esser bei Personen, die im Heimatkontext nicht mehr verankert sind, aber auch in der neuen Aufnahmegesellschaft nicht Fuß fassen können, was sich in fehlender Beschäftigung, sozialen Kontakten und Identifikation niederschlägt.

Segmentation bedeutet im Verständnis Essers die Sozialintegration in eine ethnische Gruppe im Aufnahmeland, was für die handelnden Personen sozialen Anschluss bedeutet, allerdings nicht unbedingt zu einer sozialen Integration in der Aufnahmegesellschaft führen muss.

Mehrfachintegration sieht Hartmut Esser nur in wenigen Fällen empirisch belegt. Diese bedeutet die soziale Integration in mehrere unterschiedliche Gesellschaften – in Bezug auf Sprache, Identität und Kultur. Fehlende Ressourcen und Gelegenheiten sind aus der Sicht Essers die Gründe dafür, dass dieser Typ der sozialen Integration nur selten festgestellt werden kann.

Damit bleibt für Esser als realistische Möglichkeit für soziale Integration nur noch die Assimilation, sprich: die Anpassung der Zugewanderten an bestimmte Bereiche der Aufnahmegesellschaft, wobei Esser – angesichts der Kritik an diesem Konzept – Assimilation nicht als einseitigen Prozess sehen will. „Die nötige ‚Angleichung‘ kann selbstverständlich auch dadurch erfolgen, dass alle Teile der Bevölkerung sich derart verändern, dass die Verteilungen der verschiedenen Merkmale über die verschiedenen Gruppen hinweg gleich sind. Insofern ist dieses Konzept mit der Annahme einer „interaktiven“ (Sozial-)Integration vollauf vereinbar.“²²⁰

²¹⁸ Esser, Integration, S. 21 f.

²¹⁹ Vgl. ebd., S. 19 ff.

²²⁰ Ebd., S. 23.

Kritik an Essers Assimilationsmodell:

Die Kritik an den Ausführungen Essers begründet sich darin, dass seine Theorien einen hohen Grad an Verallgemeinerung darstellen und einige Dimensionen des Integrationsprozesses in diesem Modell völlig außer Acht gelassen werden, wie etwa rechtliche Rahmenbedingungen für Zugewanderte oder konfliktbehaftete Beziehungen zwischen Zugewanderten und der Aufnahmegesellschaft.²²¹ Des Weiteren wird kritisiert, dass Esser kaum Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Zuwanderungsgründen macht, sondern generell eine „ökonomisch ausgerichtete Motivation für alle verschiedenen Zuwanderergruppen gleichermaßen“²²² unterstellt.

Esser geht in seinen Ausführungen sehr stark auf das Bildungssystem und den Arbeitsmarkt ein, da aus seiner Sicht die *Platzierung* in diesen Bereichen die Basis für jeden weiteren Integrationsschritt darstellt. Die politischen Rechte und Partizipationschancen der MigrantInnen werden kaum beachtet. Er erkennt zwar an, dass die Verleihung der Staatsbürgerschaft positive Wirkungen auf den Eingliederungsprozess zeigen könnte; um eine kulturelle Pluralisierung in der Aufnahmegesellschaft zu erreichen hält Esser aber „eine Abkehr von allen Bestrebungen zur Institutionalisierung von kulturell distinkten Gruppen als eigenen kollektiven Einheiten, etwa als ethno-religiöse Sub-Gesellschaften mit eigenen Rechten auf der Gruppenebene oder einer eigenen politischen Vertretung“²²³ für notwendig. Auf mögliche Auswirkungen auf Identifikationsmöglichkeiten bzw. Selbstwertgefühl der Zugewanderten geht Esser in weiterer Folge nicht ein.

Generell wird an Assimilationsmodellen die einseitige Fokussierung auf die Zugewanderten kritisiert – die Aufnahmegesellschaft werde dabei zu wenig beachtet. Esser distanziert sich von diesem Verständnis, indem er mit dem Begriff Assimilation „keineswegs die einseitige ‚Anpassung‘ an die Aufnahmegesellschaft“²²⁴ meinen will.

9.3.2 Integration im Multikulturalismus

Der Begriff des „Multikulturalismus“ hat in den vergangenen Jahren ein stark negatives Image erhalten, sodass etliche WissenschaftlerInnen davor zurückschrecken diesen zu

²²¹ Vgl. Reinprecht und Weiss, Migration, S. 26 f.

²²² Grote, Integration, S. 33.

²²³ Esser, Integration, S. 77.

²²⁴ Ebd., S. 23.

gebrauchen, auch wenn sich ihre Theorien daran orientieren.²²⁵ In der alltagsweltlichen Debatte wird „Multikulti“ häufig abschätzend als ein Nebeneinander-Leben unterschiedlicher Kulturen, aber keineswegs ein funktionierendes Zusammenleben verstanden. VertreterInnen von Multikulturalismus-Ansätzen orten in diesen Konzepten aber viel mehr die Anerkennung von Differenzen beziehungsweise unterschiedlicher Lebensrealitäten und lehnen die Forderung nach einer Anpassung von Zugewanderten ab, weshalb Multikulturalismus häufig als das Gegenstück zu Assimilations-Theorien gedeutet wird.

Mit den Auswirkungen der Politik liberaler Demokratien auf ethnokulturelle Gruppen befasst sich **Will Kymlicka** und legt den Fokus auf die Multikulturalismus-Politik Kanadas. Kymlicka unterscheidet in seinen Ausführungen zu Integration zwischen dem Umgang mit nationalen Minderheiten und Zugewanderten. Nationale Minderheiten definiert Kymlicka als „historisch ansässige, territorial verdichtete und vormals selbstbestimmt regierte Kulturen, deren Siedlungsgebiet einem größeren Staat eingegliedert worden ist.“²²⁶ Während nationale Minderheiten danach streben, ihre Eigenständigkeit in Verwaltung und Kultur zu erhalten, würden sich EinwanderInnen vermehrt in die Aufnahmegesellschaft integrieren. Die Befürchtung, eine Politik des Multikulturalismus könnte die Integration von Zugewanderten hemmen und stattdessen Separatismus fördern, teilt Kymlicka nicht – eine solche Tendenz ließe sich aus Einbürgerungszahlen und Beteiligung an Sprachkursen nicht ablesen: „Wenn wir uns die Zahlen ansehen, haben wir nicht den geringsten Beweis dafür, daß (sic!) der Multikulturalismus in Kanada dem ethnischen Separatismus Vorschub leistet.“²²⁷ Als „Politik des Multikulturalismus“ führt Kymlicka Maßnahmen wie die Förderung von Minderheiten in wichtigen Institutionen, die Berücksichtigung religiöser Feiertage im Arbeitsleben und der Schule, Maßnahmen für die Sensibilisierung gegenüber rassistischen Handlungen und Service-Leistungen in der Muttersprache der Zugewanderten an.

Heiner Bielefeldt sieht sich als Vertreter eines „aufgeklärten Multikulturalismus“²²⁸. Dabei verortet er Multikulturalismus nicht als abstraktes Konzept, sondern als derzeit vorherrschende gesellschaftliche Realität. Bielefeldt sieht aber auch die Notwendigkeit, dass die Gesellschaft sich zu einer grundsätzlichen Offenheit und Toleranz gegenüber vielfältigen

²²⁵ Vgl. Geißler, Rainer: Interkulturelle Integration von Migranten – ein humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld 2005. S. 45-71. S. 63.

²²⁶ Kymlicka, Will: Multikulturalismus und Demokratie. Über Minderheiten in Staaten und Nationen. Assen 1997. S. 16.

²²⁷ Ebd., S. 50.

²²⁸ Bielefeldt, Heiner: Menschenrechte in der Einwanderungsgesellschaft. Plädoyer für einen aufgeklärten Multikulturalismus. Bielefeld 2007. S. 17 ff.

Lebensweisen im Sinne kultureller Unterschiede verpflichtet. Die Basis für einen derartigen Kurs bilden für Bielefeldt die Menschenrechte: „Eine Gesellschaft, die sich menschenrechtlicher Freiheit verpflichtet fühlt, kommt unter den Bedingungen moderner Migrationsbewegungen daher nicht daran vorbei, ein prinzipiell affirmatives Konzept für den Umgang mit kultureller Vielfalt auszubilden und sich in diesem Sinne auch offensiv als multikulturelle Gesellschaft zu verstehen.“²²⁹

Diese Toleranz erreicht dann ihre Grenzen, sobald mit unterschiedlichen kulturellen Praktiken Menschenrechte verletzt werden. Insofern reagiert Bielefeldt auf die Kritik, Multikulturalismus-VertreterInnen würden den Herausforderungen des Zusammenlebens in einer vielfältigen Gesellschaft lediglich mit Toleranz begegnen. „Indem sie den legitimen kulturellen Pluralismus vom Anspruch auf freie und gleichberechtigte Selbstbestimmung der Menschen her *begründen*, ziehen die Menschenrechte dem Konzept einer multikulturellen Gesellschaft somit klarere normative Konturen und auch *Grenzen* ein. Von den Menschenrechten her lässt sich insofern ein Konzept von Multikulturalismus entwickeln, das das Gegenteil jener Beliebigkeit ist, die in der abwertenden Rede von >>Multikulti<< oft als Unterstellung mitschwingt.“²³⁰

Seyla Benhabib gilt als Vertreterin einer „kritischen Gesellschaftstheorie“²³¹ und beschäftigt sich unter anderem mit Fragen der Identitätskonstruktion, der Rechte und Einschränkungen vor dem Hintergrund des Multikulturalismus. Benhabib geht nicht von Identitäten als unveränderlichen Gebilden aus, sondern sieht diese viel mehr als gesellschaftlich konstruiert. Gleichsam verfolgt sie einen anti-essentialistischen Begriff von Kultur, der diese als veränderliche, wechselseitig konstruierte Interpretationen einer Gesellschaft sieht: „Kulturen sind keine Zwangsjacken, sondern flexible, widersprüchliche und äußerst zwiespältige Verflechtungen von Interpretation und Symbolisierung, durch die dem kollektiven und individuellen Leben Bedeutung verliehen wird.“²³²

In Zusammenhang mit dem gesellschaftlichen Zusammenleben in einer multikulturellen Gesellschaft vertritt Benhabib den Ansatz der Diskursethik: „Die zentrale Prämisse der Diskursethik schreibt fest, daß (sic!) nur diejenigen Normen und normativen institutionellen Regelungen gültig sind, denen alle Betroffenen in einer speziellen Argumentationssituation,

²²⁹ Ebd., S. 18.

²³⁰ Ebd., S. 20

²³¹ Vgl. Grote, Maik: Integration von Zuwanderern: Die Assimilationstheorie von Hartmut Esser und die Multikulturalismustheorie von Seyla Benhabib im Vergleich. Bremen 2011. S. 34.

²³² Benhabib, Seyla: Kulturelle Vielfalt und demokratische Gleichheit. Politische Partizipation im Zeitalter der Globalisierung. Frankfurt am Main 1999. S. 52

die als >Diskurs< bezeichnet wird, zwangsläufig zustimmen können.“²³³ So sieht Benhabib etwa bei strittigen Fragen, die religiöse Minderheiten betreffen und drohen die Rechte Einzelner zu verletzen, den Bedarf an öffentlichem Diskurs. Ein besonderes Anliegen stellt für Benhabib die Sprachenvielfalt dar, weshalb sie sich als Befürworterin eines „radikalen Polyglottismus“ bezeichnet: „Die Sprache ist diejenige soziale Universalie, durch die menschliches Handeln allererst möglich wird. Wenn Sprachenrechte nicht anerkannt werden, wird die moralische Autonomie des anderen ebenfalls nicht anerkannt.“²³⁴ Benhabib beschäftigt sich im Rahmen der Diskursethik auch mit Fragen der Staatsbürgerschaft in Bezug auf die Möglichkeit der Teilhabe am öffentlichen Diskurs: „Die Asymmetrie zwischen Staatsbürgern und Nicht-Staatsbürgern ist in vieler Hinsicht zu überdenken, weil die darauf basierenden, ungleichen Mitbestimmungsrechte zwischen Staatsbürgern und Ausländern gegen das Grundprinzip der Diskursethik verstoßen, nämlich: dass alle, die gleichermaßen von den Konsequenzen einer Normbefolgung betroffen sind, das Recht haben sollten, in einem praktischen Diskurs über diese Norm und die Folgen ihrer Akzeptanz für die Interessen eines jeden zu entscheiden.“²³⁵

Kritik an Benhabibs Theorien:

In den Ansätzen Benhabibs bekommt die gemeinsame Aushandlung von Positionen im Sinne der Diskursethik eine besondere Bedeutung. Die Theorien Benhabibs sind allerdings derart allgemein formuliert, dass eine empirische Überprüfbarkeit nicht möglich ist.²³⁶ Ein weiterer Kritikpunkt an den Ausführungen Benhabibs ist der fehlende Fokus auf die Individualebene: „Diese Thematisierung von Grundmechanismen der individuellen Sozialintegration bleibt in Benhabibs Theorie unterbelichtet. In ihrem normativen gesellschaftstheoretischen Ansatz werden Leistungen, die von den Migranten als einzelne Akteure im Integrationsprozess erbracht werden, kaum benannt.“²³⁷ Des Weiteren wird bemängelt, dass in den Ausführungen Benhabibs zur Diskursethik nicht genügend darauf Bezug genommen wurde, wer sich an den Aushandlungsprozessen beteiligen kann.²³⁸

²³³ Ebd., S. 59.

²³⁴ Ebd., S. 64.

²³⁵ Ebd., S. 80.

²³⁶ Vgl. Grote, Integration, S. 48.

²³⁷ Grote, Integration, S. 57.

²³⁸ Vgl. ebd., S. 46.

9.4 Integration abseits des nationalstaatlichen Rahmens

Spätestens Anfang der 1990er-Jahre begannen sich einzelne SozialwissenschaftlerInnen mit einem Migrationsphänomen zu beschäftigen, das sie mit ihren bisherigen Konzepten nicht einzuordnen vermochten. Am Beispiel von Zugewanderten aus der Karibik, den Philippinen, Haiti und anderen Regionen und Ländern nach New York machten sie eine Form von Mehrfachintegration sowohl im Herkunfts- als auch im Aufnahmekontext fest.²³⁹

Glick-Schiller, Basch und Blanc-Szanton führten in den frühen 1990er-Jahren den Begriff des „Transnationalismus“ als „Prozeß (sic!), in dem Immigranten soziale Felder schaffen, die das Land ihrer Herkunft und das Land ihrer Niederlassung miteinander verbinden“²⁴⁰ ein. Die Bindung zum Herkunftsland kann unterschiedlicher Natur sein: sozial, wirtschaftlich, religiös oder politisch. Die Autorinnen sehen sich zwar nicht als die ersten, die sich mit diesem Phänomen beschäftigen, dennoch orten sie einen Mangel an systematischen Analysen zum Phänomen des „Transnationalismus“.

Glick-Schiller, Basch und Blanc-Szanton gehen in ihren Überlegungen davon aus, dass TransmigrantInnen durchaus Mehrfachidentitäten ausbilden können; das bedeutet, dass sie sich sowohl dem Herkunfts- als auch dem Aufnahmekontext zugehörig fühlen können.

Schulte und Treichler sehen mehrere Faktoren, die das Phänomen der „Transnationalen Migration“ beeinflussen.²⁴¹

- „Ökonomische Globalisierung“: Durch den globalen Kapitalismus entsteht ein Gefälle zwischen reichen und ökonomisch-schwächeren Staaten, dadurch entwickelt sich eine verstärkte Arbeitsmigration. Da die Zuwanderer im Aufnahmekontext aber vielfach nicht Fuß fassen konnten, entsteht vielfach Pendelmigration.
- „Transnationale Familien“: Transnationale, soziale Räume entstehen durch soziale Bindungen über nationalstaatliche Grenzen hinweg. ZuwanderInnen bleiben trotz Anbindung im Aufnahmeland mit dem Herkunftskontext – mit Familien und Angehörigen – verbunden. TransmigrantInnen stellen dabei häufig auch finanzielle UnterstützerInnen ihrer Familien dar: So werden Teile des erarbeiteten Einkommens

²³⁹ Vgl. Schulte, Axel und Treichler, Andreas: Integration und Antidiskriminierung. Eine interdisziplinäre Einführung. Weinheim und München 2010. S. 65.

²⁴⁰ Glick Schiller, Nina [u.a.]: Transnationalismus: Ein neuer analytischer Rahmen zum Verständnis von Migranten. In: Transnationale Staatsbürgerschaft. Hg. v. Heinz Kleger. Frankfurt/Main und New York 1997. S.81-108. S. 81.

²⁴¹ Vgl. Schulte und Treichler, Integration, S. 65 ff.

an die Familie geschickt.

- Mobilität, neue Kommunikationsmöglichkeiten: Transmigration wird durch die neuen Entwicklungen im Transportwesen und in der Kommunikationstechnologie zusätzlich erleichtert. Die Option, große Distanzen mit relativ geringen finanziellen Mitteln zurückzulegen, ermöglicht es, zwischen unterschiedlichen räumlichen Kontexten zu pendeln. Zusätzlich kann durch die Kommunikationstechnologien der Kontakt zum Herkunftsland relativ einfach aufrecht erhalten werden.

Der transnationale Bezugsrahmen stellt aber auch einen Perspektivenwechsel in der sozialwissenschaftlichen Forschung dar – weg vom Fokus auf den Nationalstaat. Glick Schiller und Wimmer sehen folglich in der Forschung zu transnationaler Migration keine vollkommene Neuheit: „Thus, the value of studying transnational communities and migration is not to discover ‚something new‘ – though this represents a highly rewarding strategy of research in our contemporary intellectual environment – but to have contributed to this shift of perspective away from methodological nationalism.“²⁴²

Was Wimmer und Glick Schiller als „methodological nationalism“ bezeichnen, ist die Annahme, dass der Nationalstaat der natürliche politische Rahmen unserer heutigen Welt ist. Auch die Sozialwissenschaft war vielfach von diesem Paradigma geprägt. Die AutorInnen identifizieren mehrere Formen dieses „methodological nationalism“: Erstens orten sie einen Fokus auf den Nationalstaat als gegebenen Rahmen – sowohl in der sozialwissenschaftlichen Forschung als auch im politischen Diskurs. Zweitens machen Wimmer und Glick Schiller „the territorialization of social science imaginary“²⁴³ fest: Die zwanghafte Haltung der Sozialwissenschaft, Phänomene innerhalb der Grenzen des Nationalstaats mit solchen außerhalb zu vergleichen. Diese Phänomene seien in der Sozialwissenschaft lange Zeit vorherrschend gewesen – die Fokussierung auf transnationale Zusammenhänge könnte hier eine neue Ausrichtung darstellen.

Bei der Gegenüberstellung von Transnationalismus- und Assimilations-Theorien kritisieren Transnationalismus-VertreterInnen den unhinterfragten Fokus auf den Nationalstaat in den Assimilations-Ansätzen. Demgegenüber steht die Kritik der AssimilationsvertreterInnen, dass der Transnationalismus vielfach die „national- und wohlfahrtsstaatlich vermittelte Struktur

²⁴² Glick Schiller, Nina und Wimmer, Andreas: Methodological nationalism and beyond: nation-state buidlung, migration and the social sciences. In: Global Networks, Vol.2, 4, 2002. S. 301-334. S. 302.

²⁴³ Ebd., S. 307.

der Teilnahmechanen von Migranten²⁴⁴ wegen begrifflicher Überlegungen negiere.

Kritik:

Es gibt drei wesentliche Kritikpunkte am Transnationalismus: Der erste Punkt ist die „schmale empirische Basis“²⁴⁵: Demnach gibt es zur Transnationalismus-Forschung – abgesehen von den Analysen zu Nord- und Südamerika – wenig systematische Untersuchungen. Ein weiterer Kritikpunkt ist die fehlende Neuartigkeit des Phänomens transnationaler Migration. Dieser Aspekt wird allerdings auch von VertreterInnen der Transnationalismus-Forschung aufgegriffen. Demnach stellen die Entwicklungen selbst nicht die Neuerung dar, sondern vielmehr ist der Fokus weg vom nationalen Rahmen hin zu einer globalen Perspektive die Novität dieser Strömung.²⁴⁶ Ein dritter Kritikpunkt betrifft die begrifflichen Unschärfen: „Das Konzept des ‚transnationalen Raumes‘ ist aus der Absetzung von einem nationalen Gesellschaftsbegriff gewonnen. Daraus bezieht es sein Profil und beerbt zugleich die Unschärfen. Entsprechend ist sein theoretisches Unterscheidungs- und Fassungsvermögen beschränkt.“²⁴⁷

9.5 Interkulturelle Integration

Die Ausführungen zu Assimilation und Multikulturalismus haben das enorme Diskussionspotenzial und die Sprengkraft dieser Begrifflichkeiten dargelegt. Um ideologischen Debatten zu entgehen, führt der Soziologe **Rainer Geißler** den Begriff der „interkulturellen Integration“ ein, den er theoretisch nahe dem kanadischen Multikulturalismus-Begriff ansiedelt.

Geißlers Integrationskonzept wird gerade in Bezug auf Medien und Integration häufig als theoretische Basis herangezogen. Dabei unterscheidet er zwischen der sozialstrukturellen und sozialkulturellen Ebene. Auf der sozialstrukturellen Ebene geht es um die Teilhabe in den Teilbereichen der Gesellschaft, wie Recht, Bildung oder Arbeit. Auch der Zugang zu Institutionen wie den Massenmedien ist eine Dimension der sozialstrukturellen Integration. Wie sich sozialstrukturelle Integration in Österreich gestaltet, wird im Kapitel 10

²⁴⁴ Bommes, Mythos, S. 102.

²⁴⁵ Oswald, Migrationssoziologie, S. 163.

²⁴⁶ Vgl. Wimmer und Glick Schiller, nationalism, S. 302.

²⁴⁷ Bommes, Mythos, S. 104.

Sozialstrukturelle Integration in Österreich behandelt.

Die sozialkulturelle Ebene beschreibt, welches Integrationsverständnis in einer Gesellschaft vorherrscht, wobei Geißler hier vor allem zwei Pole festmacht: Assimilation und Multikulturalismus. Geißler bezieht sich auf das kanadische Konzept „unity-within-diversity“ – „Einheit in Verschiedenheit“²⁴⁸.

Verschiedenheit im Sinne „sozialkultureller Differenz“²⁴⁹: Mitglieder der Gesellschaft können ihre kulturellen Eigenheiten pflegen, diese unterschiedlichen Kulturen werden von der Gesellschaft „als gleichwertig angesehen“ und daraus ergibt sich „gegenseitiger Respekt“²⁵⁰.

Die *Verschiedenheit* ist für Geißler allerdings nicht grenzenlos, sondern wird durch den Pol *Einheit* auf mehreren Ebenen begrenzt. Auf der *kognitiven* Ebene bedeutet dies etwa die Übereinstimmung in Bezug auf Rechte und die Verfassung. Auf der *sozialen* Ebene ist damit die Bindung zur Aufnahmegesellschaft in Form von „interethnischen Kontakten und Kommunikation“²⁵¹ gemeint. *Identifikatorisch* geht Geißler von der Möglichkeit mehrfacher Identitäten aus, wobei für den Autor die Identifikation mit der Aufnahmegesellschaft Vorrang vor jener der Herkunftsgesellschaft hat.

Geißler nimmt in diesem Modell Bezug auf das Beispiel Kanada und das Prinzip „Einheit-in-Verschiedenheit“. Damit folgt er einer multikulturalistischen Argumentationsweise, lehnt den Begriff Multikulturalismus aber aufgrund seiner scheinbaren Problembehaftetheit ab. Der Autor versteht das Modell der interkulturellen Integration als „Mittelweg zwischen Assimilation und Absonderung“²⁵².

Als Voraussetzung für das Funktionieren eines derartigen Integrationskonzepts sieht Geißler „aktive Akzeptanz“²⁵³ und macht dabei drei Faktoren dieser Akzeptanz fest: Erstens die Akzeptanz dafür, dass Zuwanderung nicht nur eine Berechtigung hat, sondern auch notwendig ist; zweitens die Einsicht, dass Integration notwendig ist, und drittens die Akzeptanz dafür, dass Integration auch strategisch gefördert werden muss: „Ohne so etwas wie ein ‘*ethnic diversity mainstreaming*‘ dürften die Bemühungen, eine Ethnisierung der Ungleichheitsstruktur zu verhindern, fehlschlagen.“²⁵⁴

²⁴⁸ Geißler, *Interkulturelle Integration*, S. 57.

²⁴⁹ Ebd., S. 57.

²⁵⁰ Ebd., S. 57 f.

²⁵¹ Ebd., S. 59.

²⁵² Ebd., S. 63.

²⁵³ Ebd., S. 65.

²⁵⁴ Ebd., S. 66.

Abbildung 3: Interkulturelle Integration nach Rainer Geißler (Geißler, Einheit, S. 296)

6 Dimensionen der sozialstrukturellen Integration		
Sozialstruktureller Bereich	Prinzip der Integration	Form der Integration
Recht	Gewährung gleicher Rechte	rechtliche Integration
Macht und Herrschaft	gleiche politische Teilnahmekancen	politische Integration
Bildung	gleiche Bildungschancen	Bildungsintegration
Arbeit	gleiche Chancen auf dem Arbeitsmarkt und in der Arbeitswelt	Arbeitsweltintegration
Lebensstandard und soziale Sicherheit	gleiche Chancen auf Einkommen, Besitz, Wohnqualität, soziale Sicherheit u. a.	materielle Integration
wichtige Institutionen	gleicher Zugang zum Positionssystem in Medien, Bildung und Wissenschaft, Verwaltung, Justiz, Polizei	institutionelle Integration
3 Dimensionen der sozialkulturellen Integration		
	Einheit in	Verschiedenheit
kognitive Integration	elementare Akkulturation – Verfassung, Gesetze, Grundwerte – Kompetenzen (insbes. Sprache)	Recht auf (gleichberechtigte) kulturelle Differenz
soziale Integration	interethnische Kontakte und Kommunikation gegenseitiger Respekt	ethnische Gemeinschaften
identifikatorische Integration	hierarchische Identität	Doppelidentität
3 Dimensionen der aktiven Akzeptanz		
Akzeptanz der Notwendigkeit von Einwanderung Akzeptanz der Notwendigkeit interkultureller Integration politische und gesellschaftliche Aktivität: diversity mainstreaming		

Kritik am Modell Geißlers:

Bemerkenswert am Modell Geißlers ist, dass dieses – obwohl es sich am Multikulturalismus-Konzept Kanadas anlehnt – aus Sicht des Autors eine Vorstufe zur Assimilation darstellt. Geißler hält das Modell der interkulturellen Integration aber für menschlicher als jenes der Assimilation, „weil es den mono-kulturellen Assimilationsdruck auf die Migranten mildert.“²⁵⁵

Das Konzept umfasst sowohl die strukturelle wie auch die kulturelle Ebene. Geißler zieht sehr wohl die Möglichkeit einer Doppelidentität von MigrantInnen in Betracht, umso interessanter ist die Ausrichtung auf Assimilation auf lange Sicht. Auch wenn Integration hier als

²⁵⁵ Ebd., S. 64.

„wechselseitiger, ‚interaktionistischer‘ Prozess mit Anforderungen an beide Seiten“²⁵⁶ gesehen werden, so scheint mit der Aussicht auf eine spätere Assimilation der MigrantInnen der Fokus nicht auf einem gemeinsamen Aushandlungsprozess, dessen Ziel ein neues Selbstverständnis ist, zu liegen, sondern letztendlich sehr wohl auf einer Anpassung der neueren Mitglieder der Gesellschaft.

9.6 Zusammenfassung

Die Übersicht über einige Theorien unter dem Sammelbegriff der Integration macht mehrere Aspekte deutlich. Zum einen ist dies die *Konzentration auf den Rahmen des Nationalstaats*. In den meisten der dargestellten Theorien dient nach wie vor der Nationalstaat als Rahmen für den Integrationsprozess, was sich etwa im geringen Fokus auf Mehrfach-Identitäten und soziale Netzwerke zum Herkunftsland äußert. Ein zweiter Aspekt ist die *Konzentration auf das Handeln der MigrantInnen im Integrationsprozess*. Auch wenn die meisten Integrationstheorien als Zwei-Weg-Modelle angelegt sind, so stellt dieser Prozess – vor allem in Bezug auf die identifikatorische Identität – in den seltensten Fällen tatsächlich einen wechselseitigen Vorgang dar.

Dass Migrationsprozesse, Globalisierung und Individualisierungsphänomene Gesellschaften nachhaltig verändern, ist evident. Dementsprechend ist die Frage über das Selbstverständnis dieser Gesellschaften eine, die immer neu zu stellen ist. Integration kann demnach nur als Prozess verstanden werden, der eine immer neue Aushandlung eines Selbstverständnisses einer Gesellschaft beinhaltet. In diesen Aushandlungsprozess müssen aber – wie es Benhabib betont – möglichst alle Teile der Gesellschaft eingebunden sein. Aus diesem Verständnis heraus offenbart sich die Bedeutung der Massenmedien: Sie sind nicht nur die Plattform für diese Aushandlungsprozesse, sondern stellen zugleich das Ergebnis dieser Prozesse in Bildern dar.

²⁵⁶ Ebd., S. 64.

10 Sozialstrukturelle Integration in Österreich

Im Folgenden wird näher auf die sechs sozialstrukturellen Dimensionen für Integration, die sich im Modell der *Interkulturellen Integration* finden, eingegangen und hierfür die österreichische Situation geschildert. Dafür werden die Bereiche Bildung, Arbeitsmarkt, Politik, Recht, materielle und institutionelle Integration in der Praxis in Österreich thematisiert.

10.1 Bildungsintegration

In Österreich gilt grundsätzlich die allgemeine Schulpflicht. Kinder, die sich in Österreich aufhalten, sind ab dem sechsten Lebensjahr verpflichtet die Schule zu besuchen. Diese Pflicht gilt sowohl für österreichische StaatsbürgerInnen als auch für Nicht-StaatsbürgerInnen. Dabei sind öffentliche Schulen angewiesen, keinen Unterschied zwischen Zugewanderten ohne österreichische Staatsbürgerschaft und österreichischen StaatsbürgerInnen zu machen.

Laut Artikel 14 der Verfassung heißt es:

„Die öffentlichen Schulen sind allgemein ohne Unterschied der Geburt, des Geschlechts, der Rasse, des Standes, der Klasse, der Sprache und des Bekenntnisses zugänglich“²⁵⁷

Das bedeutet, SchülerInnen mit nicht-österreichischer Herkunft können nicht etwa aufgrund der Herkunft oder der Religionszugehörigkeit vom Schulunterricht ausgeschlossen werden. Außerdem sollen SchülerInnen, die nicht Deutsch als Muttersprache haben, mit Förderkursen und ähnlichen Initiativen gefördert werden.²⁵⁸

Mit diesen Ausführungen wurde Bezug auf den Zugang zu staatlichen Bildungseinrichtungen für Personen mit Migrationshintergrund genommen. Demnach müssen öffentliche Schulen grundsätzlich gleiche Teilhabechancen für autochthone ÖsterreicherInnen und Zugewanderte schaffen. Werden aber die tatsächlichen Bildungschancen von MigrantInnen und deren Kindern betrachtet, so zeigen sich innerhalb des Schulsystems strukturelle Benachteiligungen.

²⁵⁷ BGBl. Nr. 242/1962. Im Internet: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10009265&FassungVom=2014-03-25> (zuletzt eingesehen am 25.3.2014).

²⁵⁸ Vgl. HELP.gv.at: Schüler mit anderen Erstsprachen als Deutsch. Im Internet: <http://www.help.gv.at/Content.Node/11/Seite.110005.html> (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

In der Struktur des österreichischen Bildungssystems orten BildungsexpertInnen demnach beeinträchtigende Faktoren für die Chancengleichheit zwischen MigrantInnen und Personen mit österreichischen Wurzeln.²⁵⁹ Folgende Faktoren seien demnach bei der Untersuchung von Ungleichheit im Bildungssystem zu berücksichtigen:

- Pflichtschuldauer
- Zeitpunkt des Schulbeginns
- Frühe Selektion
- Geringe Stundenzahl des Lehrpersonals

In diesem Zusammenhang gehen BildungsexpertInnen von einer großen Bedeutung des Kindergartens beziehungsweise der Vorschule aus. „Durch die gezielte Förderung von sozial benachteiligten Kindern sollen die vergleichsweise ungünstigen Effekte der Sozialisation in einem Unterschichthaushalt auf den Bildungserfolg abgeschwächt werden.“²⁶⁰

10.2 Arbeitsmarktintegration

Bei der Untersuchung des österreichischen Arbeitsmarkts nach den Kriterien der Arbeitsmarktintegration müssen Differenzierungen zwischen unterschiedlichen Personengruppen vorgenommen werden. Der österreichische Arbeitsmarkt ist nicht für alle MigrantInnen gleichermaßen offen. Unterschieden wird zwischen EWR- bzw. EU-BürgerInnen, Drittstaatenangehörigen und AsylwerberInnen.

EU-Bürger

EU-BürgerInnen können durch die Arbeitnehmerfreizügigkeit in EU-Staaten leben, studieren und arbeiten. Bis zu drei Monate lang dürfen sich diese ohne Aufenthaltsgenehmigung bewegen, danach muss eine Aufenthaltserlaubnis ausgestellt werden.²⁶¹

²⁵⁹ Vgl. Unterwurzacher, Anne: „Ohne Schule bist du niemand!“ – Bildungsbiographien von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. In: Leben in zwei Welten. Zur sozialen Integration ausländischer Jugendlicher der zweiten Generation. Hg. v. Hilde Weiss. Wiesbaden 2007. S. 77.

²⁶⁰ Unterwurzacher, Schule, S. 77.

²⁶¹ Vgl. HELP.gv.at: Aufenthaltsrecht und Erwerbstätigkeit in der EU. Im Internet: <https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/48/Seite.480102.html> (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

Drittstaatenangehörige²⁶²

Für Drittstaatenangehörige gestaltet sich die Situation am österreichischen Arbeitsmarkt wesentlich schwieriger. In Österreich regelt das Ausländerbeschäftigungsgesetz die Integration auf dem Arbeitsmarkt. Im Jahr 2011 wurde die Ausländerbeschäftigung novelliert und dadurch ergaben sich grundlegende Veränderungen: Die *Rot-Weiß-Rot-Karte* wurde eingeführt, womit die Zuwanderung für hochqualifizierte Arbeitskräfte auf Basis eines Punktesystems geregelt wird. Ziel dieses neuen Modells war es, den Standort Österreich für hochqualifizierte ArbeitnehmerInnen attraktiver zu gestalten.

Zielgruppe für diese Karte sind Personen aus Drittstaaten und hier besonders die folgenden drei Personengruppen:

- Spitzenkräfte
- Qualifizierte Personen in Mangelberufen
- Qualifizierte Schlüsselkräfte für Berufe, für die sich keine österreichischen Arbeitskräfte finden

Daneben existiert weiterhin die Möglichkeit für ArbeitgeberInnen, ausländische Arbeitskräfte in Österreich zu beschäftigen, allerdings ist dafür eine Beschäftigungsbewilligung nötig, die nur dann ausgestellt wird, wenn die betreffende Person bereits über eine Aufenthaltsbewilligung verfügt. Derartige Aufenthaltsbewilligungen gelten für eine vorübergehende Anwesenheit in Österreich. Daneben existiert für Drittstaatenangehörige, die fünf Jahre lang in Österreich niedergelassen waren und über Deutschkenntnisse auf dem B1-Niveau verfügen, auch der Aufenthaltstitel „Daueraufenthalt – EU“.²⁶³

AsylwerberInnen

De facto kaum Chancen, längerfristig am österreichischen Arbeitsmarkt Fuß zu fassen, haben AsylwerberInnen. Grundsätzlich dürfen diese nach drei Monaten einer Arbeit nachgehen, allerdings unter zahlreichen Einschränkungen. AsylwerberInnen können laut Grundversorgungsgesetz etwa gemeinnützige Arbeiten wie Putzdienste in Bund, Land oder Gemeinden leisten oder auch Arbeiten in ihrer Unterbringung verrichten.²⁶⁴

²⁶² Eine ausführliche Schilderung der Situation für Drittstaatenangehörige findet sich im Kapitel *Migrationspolitik in Österreich*.

²⁶³ Vgl. HELP.gv.at: Integrationsvereinbarung. Im Internet: <https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/12/Seite.120500.html> (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

²⁶⁴ Vgl. BGBl. Nr. 405/1991. Im Internet:

Beschäftigungsbewilligungen bekommen AsylwerberInnen meist nur für Gastbetriebe oder die Landwirtschaft und in diesen Bereichen auch nur für die Dauer von sechs Monaten.²⁶⁵

Die Beschäftigungspraxis für AsylwerberInnen wird von ExpertInnen immer wieder kritisiert, da sowohl AsylwerberInnen als auch Betriebe, die bereit sind diese einzustellen, an zahlreiche Hürden stoßen würden.²⁶⁶

10.3 Politische Integration

Die Gleichstellung von Zugewanderten und Aufnahmegesellschaft auf politischer Ebene kann erst dann als erreicht betrachtet werden, wenn die Zugewanderten rechtlich gleichgestellt sind, das heißt, wenn sie die österreichische Staatsbürgerschaft erworben haben. Nur österreichische StaatsbürgerInnen können sich an der Wahl des Nationalrats, an Landtagswahlen und der Wahl zum Bundespräsidenten sowohl aktiv als auch passiv beteiligen.²⁶⁷ Daneben haben EU-StaatsbürgerInnen bei Kommunalwahlen und Wahlen des europäischen Parlaments aktives und passives Wahlrecht. An Nationalrats-, Landtags- und Bundespräsidentenwahl, aber auch an Volksbefragungen und Volksbegehren dürfen in Österreich nur StaatsbürgerInnen teilnehmen. Eine Ausnahme bildet hier das Vereinswesen: Vereine zu gründen und in diesen aktiv zu sein, wird Zugewanderten in Österreich nicht vorenthalten. Auch die Gründung von politischen Parteien ist damit für Personen ohne österreichische Staatsbürgerschaft möglich.²⁶⁸ Die vollkommene politische Integration erreichen Zugewanderte erst mit dem Erwerb der österreichischen Staatsbürgerschaft.

10.4 Materielle Integration

Der Begriff „Materielle Integration“ bezeichnet in der Definition Geißlers „Gleiche Chancen auf Einkommen, Besitz, Wohnqualität, soziale Sicherheit“²⁶⁹. In diesem Zusammenhang wird

<http://ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10005762> (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

²⁶⁵ Vgl. AMS: Informationen zur Ausländerbeschäftigung. Im Internet: http://www.ams.at/_docs/01_asylwerber.pdf (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

²⁶⁶ Mauler, Veronika: Arbeit für Asylwerber – viele Hürden. Im Internet: <http://oe1.orf.at/artikel/329227> (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

²⁶⁷ Vgl. Thienel, Rudolf: Integration als rechtliche Querschnittsmaterie. In: 2. Österreichischer Migrations- und Integrationsbericht. Hg. v. Heinz Fassmann. Klagenfurt 2007. S. 83-126. S. 121f.

²⁶⁸ Vgl. Bundesministerium für Inneres: Vereinswesen. Im Internet: http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_Vereinswesen/faq/Frage_05.aspx (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

²⁶⁹ Geißler, Interkulturelle Integration.

auf das Armutsrisiko von Zugewanderten und Personen mit Migrationshintergrund eingegangen, um einen Faktor der materiellen Integration festzumachen.

Personen mit Einwandererbiographie sind in Österreich bezüglich ihres Einkommens und ihres Besitzes wesentlich schlechter gestellt als Personen mit österreichischen Wurzeln. Bei der Untersuchung von armutsgefährdeten Menschen in Österreich ist diese Gruppe überrepräsentiert. Mehr als 25 Prozent der Personen mit Migrationshintergrund ist demnach armutsgefährdet.²⁷⁰ Generell liegt der Lebensstandard von Personen mit Migrationshintergrund in Österreich unter jenem von autochthonen ÖsterreicherInnen. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass Drittstaatenangehörige auch nach ihrer Einbürgerung ein wesentlich geringeres Haushaltseinkommen aufweisen als BürgerInnen aus EU-Staaten beziehungsweise Personen mit österreichischen Wurzeln, wobei eingebürgerte Personen insgesamt ein höheres Medianeinkommen als BürgerInnen mit ausländischer Staatsbürgerschaft haben.²⁷¹ Da MigrantInnen nicht als homogene Gruppe betrachtet werden können, sind auch hier Faktoren wie der Bildungsstand, das Alter der Personen oder die Herkunft zu beachten, da davon ausgegangen werden kann, dass der Migrationshintergrund nicht der einzige Faktor für eine finanzielle Schlechterstellung ist.

Mit dem geringeren Einkommen von Personen mit ausländischen Wurzeln geht auch eine deutlich niedrigere Wohnqualität einher. Im Jahr 2012 hatte ein durchschnittlicher Bewohner in Österreich 44 Quadratmeter Wohnfläche zur Verfügung, bei Personen mit Migrationshintergrund waren es dagegen nur 31 Quadratmeter. Daneben besitzen Personen mit Migrationshintergrund deutlich weniger oft Wohnungseigentum als Personen mit österreichischen Wurzeln. Während im Jahr 2012 55 Prozent der österreichischen Haushalte Eigentum waren, waren es bei jenen mit Migrationshintergrund nur 25 Prozent.²⁷²

10.5 Institutionelle Integration

Institutionelle Integration bezeichnet die Eingliederung von Personen mit Migrationshintergrund in Institutionen wie Polizei, Verwaltung oder auch Medienunternehmen. Die verstärkte Förderung von Personen mit ausländischen Wurzeln in diesen Positionen wird mit dem Argument der Chancengleichheit und zudem einer

²⁷⁰ Vgl. Statistik Austria: Armutsgefährdung und Lebensbedingungen in Österreich. Ergebnisse aus EU-SILC 2009. Wien 2011. S. 56 ff.

²⁷¹ Vgl. ebd., S. 56 ff.

²⁷² Vgl. Statistik Austria: migration & integration. zahlen. daten. indikatoren. 2013. Wien 2013. S. 76.

Signalwirkung begründet. Im *Nationalen Aktionsplan für Integration* wurde etwa die Integration von Personen mit Migrationshintergrund im öffentlichen Bereich als ein Ziel definiert, wobei die erhoffte Wirkung: „ein Beitrag zum gegenseitigen Verständnis und Respekt“²⁷³ ist. Vor allem die Eingliederung in den öffentlichen Dienst weist Schranken für Personen mit Migrationshintergrund auf. So müssen BeamteInnen in Österreich über die österreichische Staatsbürgerschaft verfügen.²⁷⁴

Die statistischen Daten beweisen einen sehr geringen Anteil von Personen mit Migrationshintergrund in der öffentlichen Verwaltung: Im Jahr 2012 waren nur zwei Prozent der Erwerbstätigen mit Migrationshintergrund in diesem Bereich beschäftigt, unter den autochthonen ÖsterreicherInnen waren es 7,6 Prozent. Auch in der Informations- und Kommunikationsbranche ist der Anteil an Beschäftigten mit Migrationshintergrund mit nur 1,5 Prozent sehr gering. Von den autochthonen ÖsterreicherInnen waren in diesem Bereich allerdings ebenfalls nur 2,7 Prozent tätig.²⁷⁵ Die folgende empirische Studie verfolgt das Ziel, Beschäftigten-Daten im TV-Journalismus zu erheben und Gründe für eine Unterrepräsentanz von Personen mit Migrationshintergrund zu bestimmen. Welche Rolle Massenmedien bei der Integration von Minderheiten innehaben, ist Inhalt des folgenden Kapitels.

²⁷³ Vgl. Aktionsplan, S. 22.

²⁷⁴ HELP.gv.at: Beamter. Im Internet: <http://www.help.gv.at/Content.Node/99/Seite.991030.html> (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

²⁷⁵ Vgl. Statistik Austria, migration, S. 57.

11 Die Integrationsfunktion der Massenmedien

Dieses Kapitel widmet sich der Frage nach dem Integrationspotenzial von Massenmedien. In einem ersten Schritt wird die empirische Überprüfbarkeit von Integrationsleistungen behandelt. Anschließend werden Theorien, die eine integrative Wirkung des Medienhandelns annehmen, solchen gegenübergestellt, die desintegrierende Folgen unterstellen. Schließlich wird auf desintegrierende Tendenzen in der Medienberichterstattung eingegangen. Es folgt eine Typologie von Dimensionen der Integrationsfunktion von Vlašić. Abschließend wird das Modell der *medialen Integration* vorgestellt, das sich konkret mit dem Potenzial von Massenmedien bei der Integration von Personen mit Migrationshintergrund auseinandersetzt.

11.1 Integrationspotential der Medien – zwischen Überschätzung und fehlender Messbarkeit

„In der fortschreitenden Moderne kann immer weniger auf die integrative Kraft der Tradition gebaut werden. Soziale Integration muß (sic!) vielmehr Tag für Tag unter Bedingungen des sich unablässig beschleunigenden sozialen Wandels neu geschaffen werden.“²⁷⁶

Dieser Befund des deutschen Soziologen Richard Münch führt die Herausforderungen der Gegenwart trefflich vor Augen. Entwicklungen wie die Globalisierung, Individualisierungstendenzen, eine Pluralisierung der Lebensformen und neue Kommunikationstechnologien führen zu der Frage, wie Zusammenhalt in der Gesellschaft geschaffen beziehungsweise – wird von einer ehemals bestehenden Einheit der Gesellschaft ausgegangen – wiederhergestellt werden kann. Aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft stellt sich unweigerlich die Frage, welche Rolle Massenmedien in diesem Prozess spielen beziehungsweise welche Rolle sie spielen könnten. Dabei beschränkt sich die Forschung bisher hauptsächlich auf normative Anforderungen an die Medien im Integrationsprozess: „Immer wieder taucht - explizit oder implizit- die Vorstellung auf, Massenmedien, vor allem das Fernsehen, förderten den Zusammenhalt der Gesellschaft oder seien sogar für diesen verantwortlich. Diese Annahme einer Integrationsfunktion der Massenmedien hat in der Kommunikationspolitik bis heute einen quasi paradigmatischen

²⁷⁶ Münch, *Dynamik*, S. 37.

Charakter.“²⁷⁷ Die Einschätzung des Integrationspotentials schwankt in der kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung zwischen sehr hohen Erwartungen – wie sie von Vlašić und Brosius beschrieben werden – auf der einen Seite und der Annahme, Integrationsleistungen der Medien seien ohnehin nicht messbar, auf der anderen Seite.²⁷⁸

Vlašić und Brosius nehmen den Standpunkt ein, die Integrationsfunktion von Massenmedien sei durchaus empirisch überprüfbar.²⁷⁹ Anhand der Gegenüberstellung der Leitdifferenzen bisheriger Integrationstheorien machen sie die Vielzahl unterschiedlicher Integrationskonzepte deutlich und empfehlen für die Untersuchung des Integrationspotenzials von Massenmedien einen mehrstufigen Prozess. In einem ersten Schritt sollen Wert- und Normorientierung der Gesellschaft untersucht werden. Des Weiteren wird erforscht, wie diese Werte in Institutionen abseits der Massenmedien vermittelt werden und die Inhalte der Medien werden dahingehend analysiert. Schließlich soll untersucht werden, wie sich dies auf die von Individuen vertretenen Normen und Werte niederschlägt.²⁸⁰ Vlašić und Brosius gestehen aber, dass dieses Modell durchaus eine Vereinfachung darstellt: „So implizieren die geschilderten Wirkungen der Normen auf Individuen und Medien oder der Medien auf die Individuen kausale Verbindungen; natürlich sind diese Zusammenhänge nicht unidirektionaler Natur, sondern verlaufen in beide Richtungen. Beispielsweise werden Normen ihrerseits durch die gesellschaftliche Realität beeinflusst, d.h. die Menschen und die Medien, und auch die Medien wiederum sind in die Strukturen der Gesellschaft eingebettet.“²⁸¹

Die Problematik bei der Analyse des Integrationspotenzials, wie sie von Vlašić und Brosius vorgeschlagen wird, liegt sicherlich auch in der Identifizierung der vorherrschenden Normen und Werte einer Gesellschaft. Es stellt sich die Frage, ob ein derartiges Normen- und Wertgefüge überhaupt eindeutig identifiziert und für die Untersuchung greifbar gemacht werden kann.²⁸²

²⁷⁷ Vlašić, Andreas und Brosius, Hans-Bernd: „Wetten dass ---“, Massenmedien integrieren? Die Integrationsfunktion der Massenmedien: Zur empirischen Beschreibbarkeit eines normativen Paradigmas. In: Integration und Medien. Hg. v. Kurt Imhof u.a. Wiesbaden 2002. S. 93-109. S. 93.

²⁷⁸ Vgl. Jarren, Integration, 22.

²⁷⁹ Vgl. Vlašić und Brosius, Massenmedien, S. 102 f.

²⁸⁰ Vgl. ebd., S. 102 f.

²⁸¹ Ebd., S. 102.

²⁸² Vgl. ebd., S. 103.

11.2 Integrierende Effekte der Massenmedien

Trotz fehlender empirischer Beweise zum Integrationspotenzial von Massenmedien hat die Auseinandersetzung mit der Integrationsfunktion eine längere Tradition. Ronneberger formulierte Integration als eine der **sozialen Funktionen** von Massenmedien. Als eine Deutung von Integration innerhalb der Kommunikationswissenschaft nennt Ronneberger „Integration als Vielfalt-Vermittlung“²⁸³: Dies bedeute, „möglichst vielen Interessen die Chance der Teilnahme an der öffentlichen Kommunikation (zu, Anm.) ermöglichen“²⁸⁴. Aus Sicht Ronnebergers könne Integration auf drei Stufen stattfinden: Erstens durch die Vermittlung von Werten und Normen, zweitens durch „Massenloyalität“²⁸⁵ für diverse Normen innerhalb einer Gesellschaft und drittens durch das Engagement für die Realisierung gemeinsamer Werte. Neben der Integrationsfunktion führt Ronneberger Sozialisation, Rekreation sowie soziale Orientierung als soziale Funktionen der Massenmedien an.²⁸⁶ Daneben macht Ronneberger als **politische Funktionen** das Bereitstellen von Informationen, politische Sozialisation, Kritik und Kontrolle, Bildung und die Herstellung von Öffentlichkeit fest.²⁸⁷

Die immer wieder zitierte Integrationstheorie Ronnebergers muss auch auf Basis seiner Biographie bewertet werden. Franz Ronneberger war zur Zeit des Nationalsozialismus Mitglied der NSDAP und der SS und arbeitete im Nachrichtendienst. Auch nach seiner Entnazifizierung im Jahr 1947 wurde sein politisches Denken „als autoritär, affirmativ, antiemanzipatorisch und antidemokratisch charakterisiert“²⁸⁸. Die Kategorie der Integration beschäftigte Ronneberger sowohl in seiner wissenschaftlichen Arbeit während der Zeit des Nationalsozialismus als auch danach: „Meine er damit in der Zeit des ‚Dritten Reichs‘ die Einordnung der südosteuropäischen Staaten und ihrer Bevölkerung in den von Deutschland konsturierten politisch-ökonomischen ‚Großraum‘, so verstand er darunter nach 1945 die

²⁸³ Ronneberger, Franz: Integration durch Massenkommunikation. In: Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung – Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. Hg. v. Ulrich Saxer. München 1985. S.3-18. S. 9.

²⁸⁴ Ebd., S. 10.

²⁸⁵ Ebd., S. 16.

²⁸⁶ Vgl. Ronneberger, Franz: Funktionen des Systems Massenkommunikation. In: Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktionen der Massenmedien. Hg. v. Hannes Haas und Ottfried Jarren. Wien 2002. S. 61-68. S. 62 f.

²⁸⁷ Vgl. Ronneberger, Franz: Die politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: Zur Theorie der politischen Kommunikation. Hg. v. Wolfgang R. Langenbacher. S. 193-205. S. 199 ff.

²⁸⁸ Heinelt, Peer: Porträt eines Schreibtischtäters. Franz Ronneberger (1913-1999). In: Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft. Hg. v. Wolfgang Duchkowitsch [u.a.]. Wien 2004. S. 193-218. S. 217.

Einordnung des Menschen in die Gesellschaft der Bundesrepublik.“²⁸⁹ Die Rolle der Massenmedien war dabei zunächst die des Propagandainstruments, später sollte die PR die eigentlich dem Journalismus zugeordnete Funktionen übernehmen. Schließlich waren auch nach 1945 noch Elemente seiner politischen Vergangenheit bei Ronneberger erkennbar: „Völkische Auffassungen traten bei Ronneberger nach 1945 zwar in den Hintergrund, waren jedoch stets virulent“²⁹⁰. In Zusammenhang mit Ronnebergers wissenschaftlichem Wirken wird dieser Abschnitt seines Lebens kaum thematisiert, was durchaus zu kritisieren ist.²⁹¹

Abseits der Theorien Ronnebergers werden bei der Thematisierung möglicher integrativer Wirkungen von Massenmedien zumeist bedeutende Ansätze wie die *Theorie der Schweigespirale*, der *Agenda-Setting-Ansatz* und die *Kultivierungshypothese* ins Treffen geführt.²⁹² Die *Theorie der Schweigespirale* wird in diesem Zusammenhang genannt, da sie auf die Homogenisierung von öffentlicher Meinung hinweist. Wenn eine Meinung in der Öffentlichkeit vorherrscht, werden jene Personen, die nicht dieser Meinung sind, tendenziell schweigen beziehungsweise sich der gängigen Meinung anschließen.²⁹³

Der *Agenda-Setting-Ansatz* gibt Aufschluss darüber, welche zentrale Rolle Massenmedien für die Gestaltung gemeinsamer Themen in der Gesellschaft innehaben. Medien geben demnach Themen vor, die für die Gesellschaft Relevanz bekommen. McCombs und Shaw stellten die *Agenda-Setting-Hypothese* in Zusammenhang mit der Präsidentschaftskampagne im Jahr 1968 auf. Dabei wurden WählerInnen zu den zentralen Themen des Wahlkampfes befragt und dies mit den Inhalten der Medienberichterstattung dazu verglichen. Dabei zeigten sich große Übereinstimmungen. Für McCombs und Shaw ergibt sich daraus der Schluss: „The media are the major primary sources of national political information; for most, mass media provide the best – and only – easily available approximation of ever-changing political realities.“²⁹⁴ Ausgehend von der *Agenda-Setting-Hypothese* wird Massenmedien eine integrierende Wirkung zugeschrieben werden, indem sie für die Gesellschaft ein gemeinsames Themen-Repertoire zur Verfügung stellen.

Die *Kultivierungsthese*²⁹⁵ widmet sich dem Zusammenhang von Medienkonsum und der Deutung der Realität durch die MedienkonsumentInnen. Das Forschungsteam um George

²⁸⁹ Ebd., S. 217.

²⁹⁰ Ebd., S. 217.

²⁹¹ Vgl. Zauner, Zuwanderung, S. 141.

²⁹² Vgl. Trebbe, Minderheiten, S. 32.

²⁹³ Vgl. Noelle-Neumann, Elisabeth: Die Schweigespirale. München und Zürich 1980. S. 13 ff.

²⁹⁴ McCombs, Maxwell und Shaw, Donald L.: The agenda-setting Function of Mass media. In: Public Opinion Quarterly, 2/1972. 176-187. S. 185.

²⁹⁵ Die Ausführungen zur *Kultivierungsthese* beziehen sich auf die Zusammenfassung von Burkart.

Gerbner ging davon aus, dass Personen, die einen hohen Fernsehkonsum aufweisen, die Realität als beängstigender wahrnehmen. Die Kultivierungsthese wurde allerdings vielfach kritisiert, unter anderem weil sie keinen Kausalzusammenhang darstellen müsste – das heißt, Personen, die bereits eine bestimmte Auffassung von Realität haben, womöglich öfter TV konsumieren und nicht umgekehrt durch den Fernsehkonsum eine bestimmte Einstellung erst hervorgerufen wird.

11.3 Desintegrierende Effekte der Massenmedien

McQuail ortet sowohl integrierende wie auch desintegrierende Tendenzen im Handeln der Massenmedien.²⁹⁶ Sowohl *zentripetale Tendenzen*, jene die zu sozialer Kohäsion beitragen würden, als auch *zentrifugale Tendenzen*, die Fragmentierung bewirken würden, seien hier festzumachen. Diese Tendenzen können laut McQuail sowohl aus einer optimistischen wie auch aus einer pessimistischen Perspektive betrachtet werden. Aus einer optimistischen Sichtweise betrachtet, würden zentripetale Tendenzen den Zusammenhalt und die Integration in einer Gesellschaft fördern, aus einer pessimistischen Perspektive eine manipulative Kontrolle und Gleichmachung. Die zentrifugalen Kräfte würden in einer optimistischen Sichtweise als Förderung von Individualismus und Freiheit gesehen, in einer pessimistischen dagegen als Isolation. McQuail unterscheidet außerdem zwischen „functional integration“ und „normative integration“. Als „funktionale Integration“ bezeichnet er einen konfliktlosen Zustand, „normative Integration“ bezieht sich auf gemeinsame Werte und Normen. Integrationseffekte könnten auf allen Ebenen des Handelns – von der Mikro- bis zur Makroebene – festgestellt werden.²⁹⁷

Desintegrierende Effekte werden auch aufgrund des Strukturwandels der Massenmedien angenommen. Durch das stetig steigende Programmangebot und die daraus resultierende Vielzahl an Publika könnten Massenmedien zur Segregation der Gesellschaft beitragen.²⁹⁸ Zudem spielt die Differenzierung der Medienangebote auch für die politische Öffentlichkeit eine bedeutende Rolle. Mit einer Zunahme an Medienangeboten und immer mehr

Vgl. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Wien² [u.a.] 1995. S. 316 ff.

²⁹⁶ Vgl. McQuail, Denis: Mass Communication Theory. An Introduction. Third edition. London 1994. S. 71 ff.

²⁹⁷ Vgl. Trebbe, Minderheiten, S. 29.

²⁹⁸ Vgl. Herczeg, Petra: Integration durch Kommunikation. Fünf Thesen über einen notwendigen kommunikationswissenschaftlichen und gesellschaftlichen Diskurs. In: Journalismus und Öffentlichkeit. Hg. v. Tobias Eberwein und Daniel Müller. Wiesbaden 2010. S. 169-180. S. 173 f.

Teilöffentlichkeiten vermindert sich das Potenzial dafür, gemeinsam Entscheidungen zu finden: „Für die Idee einer politischen Öffentlichkeit bedeutet dies zunächst den Verlust von Rationalitätspotenzialen, d.h. einen Verlust an Qualität politischer Entscheidungen. Deliberative Demokratiemodelle in der Tradition von Jürgen Habermas betonen ja die wichtige Funktion eines breiten gesellschaftlichen Diskurses für die politische Entscheidungsfindung.“²⁹⁹

Desintegrierende Folgen der Massenkommunikation werden auch in der Theorie der *Wissenskluft* angenommen: „Obwohl der Zugang zur Massenkommunikation und die Aufnahme der durch die modernen Medien vermittelten Informationen heute prinzipiell für alle Gesellschaftsmitglieder möglich sind, bestehen trotzdem Kommunikationsbarrieren, die den gleichmässigen Informationsfluss innerhalb der Gesellschaft hemmen.“³⁰⁰ So seien vor allem jene Teile der Gesellschaft, die über einen höheren sozialen, wie finanziellen Status verfügen, bei der Beschaffung und Aneignung von Informationen privilegiert. Die Befürchtung der *Wissenskluft*-Theorie ist ein immer größer werdender Abstand zwischen den besser informierten Teilen der Gesellschaft und jenen, die weniger gut informiert sind: „Dysfunktionale Folgen der Massenkommunikation können demnach darin bestehen, dass diese nicht ausgleichend oder homogenisierend wirken, sondern dass sie die Distanz zwischen den sozialen Gruppen oder die Heterogenität, d.h. was ihren Informationsstand bezüglich bestimmter Themen anbelangt, tendenziell verstärken.“³⁰¹

11.3.1 Desintegrierende Prozesse der Medienberichterstattung

Desintegrierende Effekte können auch in den Inhalten der Massenmedien festgemacht werden. Eine Darstellung diskriminierender Tendenzen in der Medien-Berichterstattung über Personen mit ausländischen Wurzeln findet sich unter anderem bei Trebbe.³⁰² Dabei werden die Phänomene *Marginalisierung*, *Stereotypisierung*, *Negativismus* und *Framing* angeführt.

Fehlende Thematisierung bzw. Marginalisierung: Die Präsenz in den Massenmedien spielt eine bedeutende Rolle für die Zugehörigkeit zur Gesellschaft. Diese Präsenz bezieht sich aber nicht nur auf die Thematisierung und die Repräsentation von MigrantInnen in der

²⁹⁹ Vlašić, Andreas: Die Integrationsfunktion der Massenmedien. Begriffsgeschichte, Modelle, Operationalisierung. Wiesbaden 2004. S. 78.

³⁰⁰ Bonfadelli, Heinz: Die Wissenskluft-Konzeption: Stand und Perspektiven der Forschung. In: Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung-Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. Hg. v. Ulrich Saxer. München 1985. S. 65-86. S. 66.

³⁰¹ Ebd., S. 66.

³⁰² Vgl. Trebbe, Minderheiten, S. 45 ff.

Berichterstattung, sondern auch auf die aktive Teilhabe als AkteurInnen in den Massenmedien: „Insofern ist das ‚zu Wort kommen‘ ethnischer Minderheiten integrativ und identitätsstiftend, und zwar nicht nur für diese gesellschaftliche Teilgruppe, sondern auch für die Mehrheit und die Gesellschaft als Ganzes“³⁰³.

Stereotypisierung: Vielfach wird bei der medialen Darstellung von MigrantInnen auf eine stereotype Berichterstattung hingewiesen, wobei hier meist nicht zwischen Stereotypisierung und negativer Stereotypisierung unterschieden wird. In seiner ursprünglichen Verwendung war mit Stereotyp nicht automatisch eine negative Wertung verbunden, sondern zuallererst eine einfache Selektion bestimmte Charakteristika zu nennen und andere unerwähnt zu lassen. Dabei gibt es auch die Tendenz, Zugewanderten je nach ihrem Herkunftskontext gewisse Eigenschaften zuzuschreiben – man denke etwa an Angehörige des Islam, die in der Medienberichterstattung häufig mit Rückständigkeit und bestimmten Geschlechterrollen in Verbindung gebracht werden.³⁰⁴

Negativismus: Angesichts der definitorischen Unklarheiten bei Stereotypisierungen sei das Phänomen des Negativismus hier gesondert erwähnt. Negativismus in Zusammenhang mit der Berichterstattung über Personen mit ausländischen Wurzeln stellt einen gängigen Kritikpunkt dar. Werden derartige Tendenzen unter dem Aspekt der journalistischen Nachrichtenfaktoren betrachtet, so stellt Negativität kein besonderes Charakteristikum der Berichterstattung über Minderheiten dar, sondern ist in den Massenmedien ein allgemein vorherrschendes Prinzip: „In den hier beschriebenen Erscheinungsformen ist er – wie andere Nachrichtenfaktoren auch – ein theoretisch sehr gut abgesichertes und inhaltsanalytisch identifizierbares Element der aktuellen Nachrichtengebung insgesamt und damit themenunspezifisch.“³⁰⁵ In der europäischen Berichterstattung lässt sich aber eine Überrepräsentation von Personen mit Migrationshintergrund in Zusammenhang mit negativen Themeninhalten empirisch belegen. Ter Wal stellte in einer europaweiten Studie die überproportional häufige Darstellung in negativem Zusammenhang fest.³⁰⁶ Die oftmals geäußerte Forderung, MigrantInnen in der Medienberichterstattung bewusst positiv darzustellen – etwa in Form von Erfolgsgeschichten von EinwanderInnen – muss allerdings ebenso kritisch hinterfragt werden. Die Gefahr einer solchen Strategie ist schließlich die neuerliche Hervorhebung der Zuschreibung des Fremd-

³⁰³ Ebd., S. 46.

³⁰⁴ Vgl. ebd., S. 48.

³⁰⁵ Ebd., S. 54.

³⁰⁶ Vgl. Ter Wal, Racism, S. 42 f.

Seins, welche dem Wunsch nach einer „Normalisierung“ der Berichterstattung über Zugewanderte im Weg stehen dürfte.³⁰⁷

Framing: Ein weiteres Phänomen in der Berichterstattung über MigrantInnen ist jenes des Framings. Dabei werden Ereignisse stets in einem bestimmten inhaltlichen Rahmen präsentiert, etwa AsylwerberInnen häufig in Zusammenhang mit Kriminalität dargestellt. Framing muss insofern in Zusammenhang mit Stereotypisierung gesehen werden, da in beiden Prozessen eine bestimmte Selektion betrieben wird. Trebbe macht sowohl die Kritik der Kommunikationswissenschaft am Framing als auch an Stereotypisierung als „unspezifisch“ fest, da beide Phänomene als Teil des journalistischen Handelns gedeutet werden können.³⁰⁸ Selektion und Reduktion von Komplexität stellen gängige Praxen im journalistischen Handeln dar.

11.3.2 Desintegrierende Prozesse aus Sicht der MediennutzerInnen mit Migrationshintergrund

Dass Fehlrepräsentationen von RezipientInnen wahrgenommen und auch kritisiert werden, belegen qualitative Interviews mit MediennutzerInnen. Eine Studie im Auftrag des österreichischen öffentlich-rechtlichen Rundfunks *ORF* machte deutlich, dass vor allem die geringe Repräsentanz von Menschen mit Migrationsbiographie und die fehlende Thematisierung von migrationsspezifischen Inhalten auf Unmut bei ZuschauerInnen mit Migrationshintergrund stoßen. Die fehlende Präsenz von MigrantInnen bedingt wiederum eine geringere Identifikation: Hausjell stellte im Bericht fest, „dass MigrantInnen sich nicht als ‚selbstverständlicher Teil‘ der österreichischen Gesellschaft in den meisten Medien wahrgenommen fühlen, sie meiden daher zum Teil diese Medien und wenden sich jenen aus ihren Herkunftsländern bzw. spezifischen Medienangeboten für MigrantInnen zu, die in den letzten Jahren sowohl im Printbereich ganz deutlich zugenommen haben und ebenso im Fernsehbereich.“³⁰⁹ Die Kritik der RezipientInnen betrifft nicht nur die Medieninhalte, sondern auch die Präsentation: So wurde ein Mangel an ExpertInnen mit ausländischen Wurzeln und MedienmitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund attestiert.

³⁰⁷ Vgl. Trebbe, Minderheiten, S. 53.

³⁰⁸ Vgl. ebd., S. 52.

³⁰⁹ Hausjell, Endbericht, S. 97.

11.4 Dimensionen der Integrationsfunktion

Die Ausführungen zum Integrationsbegriff machten bereits deutlich, wie viele Definitionen von Integration im wissenschaftlichen Diskurs im Umlauf sind. Gerade diese Vielzahl an unterschiedlichen Deutungen führt auch zu unterschiedlichen Bewertungen, welche Rolle die Massenmedien im Integrationsprozess einnehmen. Bei Vlašić findet sich eine Typologie der unterschiedlichen Dimensionen der Integrationsfunktion.³¹⁰ Folgende Aufgaben werden Massenmedien im Rahmen einer Integrationsfunktion zugeschrieben:

1. Das Bereitstellen gemeinsamer Themen
2. Das Sichtbarmachen gesellschaftlicher Gruppen
3. Das Herstellen von (politischer) Öffentlichkeit
4. Die Vermittlung von Werten
5. Die Herstellung von Realität

1. Das Bereitstellen gemeinsamer Themen

Das Zur-Verfügung-Stellen von Themen ist eine der grundlegenden Funktionen von Massenmedien und wird auch unter dem Aspekt der Integration durch Massenmedien in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung als bedeutsam erachtet. Durch das Bereitstellen von Themen bekommt die Gesellschaft Inhalte, über die sie sich verständigen kann – damit wird eine gemeinsame Basis generiert. Die Funktion geht darüber hinaus, indem durch die gemeinsamen Themen auch eine bestimmte Wissens- und Wertebasis geschaffen wird: „So spielen gemeinsame Themen eine wichtige Rolle bei der Selbstdefinition einer Gesellschaft, darüber hinaus berühren sie auch Fragen wie die Konstitution politischer Öffentlichkeit oder die Verständigung auf gemeinsame Normen und Werte.“³¹¹ Aus Sicht von Jäckel bedarf es keiner einheitlichen Bewertung von Themen, sondern lediglich der Thematisierung selbst: „Integration muss durch kontinuierliche Thematisierung, nicht Konsens, sondern Präsenz von Themen garantiert, gewährleistet werden.“³¹²

³¹⁰ Die folgende Systematik bezieht sich auf die Typologie von Andreas Vlašić:

Vgl. Vlašić, Integrationsfunktion, S. 67-85.

³¹¹ Ebd., S. 72.

³¹² Jäckel, Michael: Medien und Integration. In: Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Hg. v. Michael Jäckel. Wiesbaden 2005. S.219-236. S. 226.

2. Das Sichtbarmachen gesellschaftlicher Gruppen

Diese Dimension bezieht sich auf die Vorstellung, dass Integration über eine verstärkte Repräsentanz in den Medien erfolgen kann. Vlašić nennt hier zwei Aspekte: das persönliche Zugehörigkeitsgefühl und das Wissen von AkteurInnen übereinander.³¹³ Die erste Annahme lautet: Sind Minderheiten in den Massenmedien vertreten und nehmen sich medial als Teil der Gesellschaft wahr, so steigert sich ihr Zugehörigkeitsgefühl zur Aufnahmegesellschaft, wobei hier zwischen unterschiedlichen Formen der Repräsentanz unterschieden werden muss. So stellen sowohl die Präsenz von MigrantInnen als Objekte der Berichterstattung als auch die Präsenz von ModeratorInnen mit Migrationshintergrund bedeutende Dimensionen von Repräsentanz dar. Die Diskussion darüber, ob eine verstärkte Repräsentanz zu einer stärkeren Eingliederung in der Gesellschaft führt, findet sich öfter in der kommunikationswissenschaftlichen Debatte.³¹⁴ Beispielhaft dafür sei die Präsenz von Identifikationsfiguren wie *Role Models* genannt. Zudem wird häufig ein Zusammenhang zwischen der Diversität in den Redaktionen der Medienhäuser und der Berichterstattung über MigrantInnen angenommen.

Der zweite Aspekt bezieht sich auf das Wissen von Teilen der Gesellschaft übereinander: Durch die Medienberichterstattung würden verschiedene Gruppen in der Gesellschaft übereinander informiert, durch ein Mehr an Information würden wiederum Sympathie und Verständnis füreinander steigen.

3. Das Herstellen von (politischer) Öffentlichkeit

Das *Herstellen politischer Öffentlichkeit* ist eine weitere Dimension der Integrationsfunktion von Massenmedien. BürgerInnen würden durch die Medien über gesellschaftliche und politische Zusammenhänge informiert und können basierend darauf ihre politischen Entscheidungen treffen. Massenmedien liefern demnach die Grundlage für einen

³¹³ Vgl. Vlašić, Integrationsfunktion, S. 74.

³¹⁴ Vgl. Geißler, Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2005. S.71-79. S. 77.

Vgl. Röben, Bärbel: Migrantinnen in den Medien. Diversität in der journalistischen Produktion – am Beispiel Frankfurt/Main. In: Medien – Diversität – Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz. Hg. v. Ulla Wischermann und Tanja Thomas. Wiesbaden 2008. S. 141-159. S. 141.

demokratischen Prozess. „Die Medien stellen dabei das Informationssystem moderner Gesellschaften dar, für die oft das Bild des *gemeinsamen Marktplatzes* verwendet wird.“³¹⁵

In seinen Ausführungen zu den politischen Funktionen der Massenkommunikation sieht Ronneberger Massenmedien als bedeutende Einrichtungen für die Herstellung von Öffentlichkeit. Diese seien zentral, da „ohne die hergestellte Öffentlichkeit der moderne demokratische Rechtsstaat mit seinen pluralistischen Machtverhältnissen nicht funktionsfähig wäre.“³¹⁶ Die Handlungsfähigkeit, die einzelnen BürgerInnen durch diesen Informationsgewinn aus den Inhalten der Massenmedien zur Verfügung steht, ist aus Sicht Ronnebergers aber gering: „Dem Publikum, d. h. den Konsumenten der Informationen, dienen die hergestellte Öffentlichkeit und die sich in ihr aussprechenden Interessen zur Orientierung in einem Spiel, das sie selbst zwar nicht mitspielen, dessen Bedeutung für ihre Existenz sie aber immerhin vermuten.“³¹⁷

4. Die Vermittlung von Werten

In einigen Medientheorien werden Massenmedien als Vermittler von Werten und Normen gedeutet. Ronneberger formuliert diese Rolle etwa in Zusammenhang mit einer politischen Sozialisationsfunktion: „Angesichts des hohen und sich ständig steigenden Differenzierungsgrades der modernen Gesellschaften, der zu Unübersichtlichkeit, Entstehung von Subkulturen, sozialen Regressionen, politischen Absentismen, insgesamt zu Desintegrationstendenzen führt, gewinnt die Massenkommunikation eine zunehmende Bedeutung als Integrationsfaktor.“³¹⁸ Ronneberger sieht die Massenmedien daher als zentral für das Schaffen eines gemeinsamen Geschmacks und für Verhaltensnormen.

In Bezug auf eine Definition dieser Normen und Werte, die Massenmedien vermitteln sollen, bleiben die meisten Theorien aber vage. Vlašić ortet hier Unschärfen und die Tendenz in der Kommunikationswissenschaft, konkrete Definitionen zu umgehen.³¹⁹ Zudem lassen die gesellschaftlichen Entwicklungen die Einigung auf gemeinsame Werte und Normen beinahe unmöglich und vor allem empirisch kaum erfassbar erscheinen. So bedarf es zur Untersuchung gängiger Wert- und Normvorstellungen in Zukunft neuer

³¹⁵ Vlašić, Integrationsfunktion, S. 76.

³¹⁶ Ronneberger, politischen Funktionen, S. 199.

³¹⁷ Ebd., S. 200.

³¹⁸ Ebd., S. 201.

³¹⁹ Vgl. Vlašić, Integrationsfunktion, S. 81.

Untersuchungsdesigns, die derartige Konzepte nicht als absolut ansehen, sondern die „Erfassung des Ist-Zustands“³²⁰ im Blickfeld haben.

5. Die Herstellung von Realität

Einige Theorien widmen sich der Integrationsfunktion der Massenmedien auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene, etwa als Konstruktion von Realität(en). Im Kapitel *Die Wirkungsweisen der Massenmedien* wurde die wissenschaftliche Trendwende von der These, Massenmedien würden die Realität *abbilden*, hin zur Annahme, Massenmedien *konstruieren* Realität, bereits ausführlich diskutiert. Diese Realität kann auch in Form von gemeinsam erlebten Medienereignissen für die RezipientInnen zugänglich werden, so dass die Medienrezeption „eine gemeinsame Lebenswelt konstituiert.“³²¹

Vlašić bezieht sich des Weiteren auf die Theorien von Marshall McLuhan, der nicht nur die Inhalte der Massenmedien als bedeutend sah, sondern vor allem die Veränderungen, welche die neue Medientechnik in der Lebenswelt der NutzerInnen brachte.³²² Die integrierende Wirkung von Massenmedien zeigt sich hier unter anderem auch durch die Ermöglichung von Kommunikation weit über Grenzen hinweg.³²³

11.5 Hierarchie der Integrationsfunktionen, -leistungen und –wirkungen

Aus den genannten Dimensionen der Integrationsfunktion lässt sich eine Unterscheidung zwischen Integrationsfunktionen, -leistungen und –wirkungen ableiten.³²⁴

Integrationsfunktionen betreffen die gesamtgesellschaftliche Ebene. Der Fokus liegt darauf, wie Massenmedien in Hinblick auf die gesellschaftliche Entwicklung agieren. Ein Problem stellt dabei die empirische Überprüfbarkeit derartiger Funktionen dar.

Integrationsleistungen zielen auf Vorgänge auf der Makro- und der Mesoebene ab. Dabei geht es um die von MedienakteurInnen geforderten Leistungen. Konkret sind das etwa

³²⁰ Ebd., S. 177.

³²¹ Ebd., S. 84.

³²² Vgl. McLuhan, Herbert Marshall: Medien als Ausweitungen des Menschen. Medium und Botschaft. In: Texte zur Medientheorie. Hg. v. Günter Helmes und Werner Köster. Stuttgart 2002. S. 231-236. S. 233.

³²³ Vgl. Vlašić, Integrationsfunktion, S. 83.

³²⁴ Vgl. Trebbe, Minderheiten, S. 31 f.

Verträge oder Mediengesetze, mit denen Medienunternehmen zu Handlungen verpflichtet werden, die eine gesamtgesellschaftliche Integration fördern sollen.

Integrationswirkungen lassen sich auf allen drei Ebenen verorten: sowohl beim Individuum als auch bei den gesellschaftlichen AkteurInnen und der Gesellschaft selbst. Bedeutende Theorien, die sich mit integrativen beziehungsweise homogenisierenden Folgen der Massenmedien beschäftigen, sind etwa die *Theorie der Schweigespirale*³²⁵ oder der *Agenda-Setting-Ansatz*³²⁶.

11.6 Mediale Integration

Das Modell der medialen Integration wird von Geißler eingeführt und bezeichnet „die Integration der ethnischen Minderheiten in die medial hergestellte Öffentlichkeit und in das Mediensystem“³²⁷. Mediale Integration kann auf drei Ebenen festgemacht werden: der Inhaltsebene, der Rezeptionsebene und der Produktionsebene. Dabei führt Geißler drei idealtypische Formen von Integration/Desintegration an: mediale Segregation, mediale Assimilation und interkulturelle mediale Integration,³²⁸ wobei die interkulturelle mediale Integration jenes Modell ist, in dem Integration tatsächlich erreicht wird.

Mediale Segregation wird hier als Zustand definiert, bei dem sich Zugewanderte nicht an der massenmedialen Öffentlichkeit der Aufnahmegesellschaft beteiligen, sondern Ethno-Medien nutzen. Auch auf der Produktionsebene bedeutet dieses Modell einen Ausschluss der Minderheit: Die Medienproduktion in den Mainstream-Medien erfolgt über Angehörige der Aufnahmegesellschaft, Angehörige der Minderheiten beteiligen sich lediglich an der Produktion sogenannter Ethnomedien.

Mediale Assimilation ist der Gegenpol zur genannten medialen Segregation. Minderheiten beteiligen sich hier an allen Formen der medialen Öffentlichkeit, ihre Wurzeln werden dabei allerdings stark in den Hintergrund gedrängt, da die Anpassung an die Aufnahmegesellschaft

³²⁵ Vgl. Noelle-Neumann, Schweigespirale.

³²⁶ Vgl. McCombs und Shaw, Function.

³²⁷ Geißler, Rainer und Pöttker, Horst: Mediale Integration von Migranten. In: Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld 2006. S. 21.

³²⁸ Die folgende Darstellung zu *Medialer Integration* bezieht sich auf die Ausführungen von Rainer Geißler. Vgl. Geißler, Rainer: Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2005. S.71-79. S. 72 ff.

im Vordergrund der Bestrebungen der Zugewanderten steht. Medienproduktion über Ethnomedien findet nicht statt, da die Herkunftssprache möglichst wenig eingesetzt wird.

Interkulturelle mediale Integration stellt den Mittelweg zwischen den beiden genannten Polen dar. Dabei wird der kulturelle Hintergrund der Minderheit auf Ebene der Massenmedien miteinbezogen, daneben beteiligen sich Angehörige der Minderheiten auch an der medialen Öffentlichkeit der Mehrheitsgesellschaft. Dieses Modell nimmt Anleihe am kanadischen Konzept des „unity-within-diversity“³²⁹: Die Traditionen der Zugewanderten werden akzeptiert, die Minderheit beteiligt sich allerdings auch aktiv an der Aufnahmegesellschaft. Dieser Ansatz entstammt dem multikulturellen Grundgedanken in Kanadas Einwanderungspolitik, der Terminus „Multikulturalismus“ wird hier – angesichts der negativen politischen Belastetheit dieses Begriffs – nicht aufgegriffen.

Das Modell der interkulturellen medialen Integration wird auf drei Ebenen verortet: der Inhaltsebene, der Rezeptionsebene und der Produktionsebene.

Auf der **Inhaltsebene** wird die Berichterstattung über Personen mit ausländischen Wurzeln untersucht. Im Modell der interkulturellen medialen Integration kommt den Massenmedien eine zentrale Rolle bei der Integration von Personen mit Migrationshintergrund zu, indem die Berichterstattung - Geißler formuliert dies normativ – zur gegenseitigen Akzeptanz von Minderheiten und Mehrheit beitragen soll. Die Medien fungieren dabei als Vermittler und informieren die verschiedenen Teile der Gesellschaft übereinander. Gleichzeitig finden Minderheiten in der medialen Berichterstattung Informationen über die Aufnahmegesellschaft, die den Integrationsprozess erleichtern sollen. Um dieses Interesse für die Medienberichterstattung zu wecken, müssten Personen mit ausländischen Wurzeln in den Massenmedien des Aufnahmekontextes präsent sein und nicht verstärkt mit Problemen in Verbindung gebracht werden.

Auf der **Rezeptionsebene** beschreibt interkulturelle mediale Integration die Nutzung von Medien des Aufnahmelandes durch die Zugewanderten. Darin sieht Geißler wiederum eine grundlegende Voraussetzung für die sozialstrukturelle Integration: Die Massenmedien würden als Quelle für bedeutende Informationen über die politische Situation oder die Lage am Arbeitsmarkt dienen und so zur Orientierung beitragen. Durch die Mediennutzung würden wiederum die Chancen auf Teilhabe gestärkt.

³²⁹ Fleras, Augie und Elliot, Jean Leonard: Engaging Diversity. Multiculturalism in Canada. Toronto² 2002. S. 38.

Auf der **Produktionsebene** bedeutet die Vorstellung der interkulturellen medialen Integration eine – zum Anteil in der Bevölkerung proportionale – Repräsentanz von Personen mit Migrationshintergrund in Medienunternehmen. Geißler schreibt JournalistInnen mit Migrationshintergrund in der Medienbranche dezidiert die Rolle der Minderheiten-VertreterInnen zu, wobei er diese im Modell der interkulturellen medialen Integration als „soziokulturell nicht assimiliert“ charakterisiert, „sondern sie vertreten ethnische Gruppen mit teilweise spezifischen Problemen, Wahrnehmungen, Befindlichkeiten und Interessen.“³³⁰ Bemerkenswert ist die Einschätzung Geißlers zum Selbstverständnis von JournalistInnen mit Migrationshintergrund, in der die Medienschaffenden vor allem als RepräsentantInnen der MigrantInnen wahrgenommen werden. Diese Charakterisierung der handelnden Personen greift zu kurz, da keineswegs davon ausgegangen werden kann, dass sich JournalistInnen mit Migrationshintergrund zwangsläufig mit ihren Wurzeln identifizieren. Die Befunde einer qualitativen Studie aus dem Jahr 2010 deuten viel mehr auf das Gegenteil hin: JournalistInnen mit Migrationsbiographie, die bereits erfolgreich in Medienunternehmen integriert waren, schrieben ihrer Herkunft im Berufsleben meist keine große Bedeutung zu, sondern identifizierten sich viel stärker mit anderen Kategorien.³³¹ Nishikawa (et al.) haben in ihrer Studie Arbeitsbedingungen und Selbstverständnis von Minderheiten-JournalistInnen in Zeitungen untersucht und dafür Interviews mit afro-amerikanischen RedakteurInnen und JournalistInnen mit Latino-Background geführt. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die JournalistInnen häufig ihre Herkunft in den Hintergrund stellen und bewusst keine Anwaltschaft für ihre Community übernehmen. Dies geschieht auch aus Angst davor, die eigene Karriere zu gefährden. Unter den Minderheiten-JournalistInnen fanden sich aber auch Personen, die sich bewusst für ihre Community einsetzten.³³² Diese Befunde machen deutlich, dass eine Identifikation mit der eigenen Herkunft – wie sie Geißler in diesem Modell annimmt – keinesfalls als automatisch gegeben betrachtet werden kann, vielmehr ist diese abhängig von persönlichen Motiven und den vorherrschenden Normen und Strukturen in den Redaktionen.

Das Modell der interkulturellen medialen Integration bietet eine Übersicht über die Dimensionen medialer Integration und ist daher auch als Systematik für die Beschäftigung

³³⁰ Geißler, Integration, S. 74.

³³¹ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 114 f.

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch Iglesias: Vgl. Iglesias, Mercedes Pascual: Migranten-Journalisten in Deutschland. Eine explorative Untersuchung über Chancen und Hindernisse im deutschen Journalismus. Köln 2005 (=Diplomarbeit).

³³² Vgl. Nishikawa, Katsuo A. [u.a.]: Interviewing the Interviewers: Journalistic Norms and Racial Diversity in the Newsroom, Howard Journal of Communications, 20:3, 2009. S. 242-259. S. 254.

mit einer der Ebenen geeignet. Die Darstellung der Produktionsebene ist allerdings stark vereinfacht und bezieht verschiedene Aspekte nicht ein. Begründet werden kann diese Vereinfachung damit, dass Geißler interkulturelle mediale Integration, sowie mediale Segregation und mediale Assimilation als „idealtypische Modelle“³³³ charakterisiert.

Aufgrund der Annahme, dass nicht von vornherein von einer Identifikation der JournalistInnen mit ihren Wurzeln ausgegangen werden kann, muss auch die Frage nach dem Zusammenhang zwischen einer stärkeren Repräsentanz von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den Redaktionen der Medienunternehmen und den Auswirkungen auf die Berichterstattung neu gestellt werden. Bisher ist ein solcher Zusammenhang nicht eindeutig belegt³³⁴ – ein Befund, auf den auch Geißler hinweist: „Neuere nordamerikanische Analysen gehen davon aus, dass ethnische Diversität im Mediensystem ein ausgesprochen wichtiger, wenn auch kein hinreichender Faktor ist, um den ‚systemic bias‘ (...) der Medien zu Lasten der ethnischen Minderheiten zu beheben“³³⁵. Werden die Untersuchungsergebnisse der Studie von Nishikawa (et al.) berücksichtigt, könnte Diversität in den Redaktionen durchaus Einfluss auf die Berichterstattung haben, dazu müsste aber eine gewisse Anzahl an Minderheiten-JournalistInnen in den Massenmedien beschäftigt werden, um auch tatsächlich gängige Normen verändern zu können.³³⁶

³³³ Geißler, Integration, S. 72.

³³⁴ Dieser Zusammenhang zwischen Inhalten der Medienberichterstattung und personeller Zusammensetzung der Redaktionen wurde auch in Bezug auf den Frauenanteil diskutiert, auch hier konnten aber keine eindeutigen Zusammenhänge festgestellt werden.

Vgl. Röben, Migrantinnen in den Medien. Diversität in der journalistischen Produktion – am Beispiel Frankfurt/Main. In: Medien – Diversität – Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz. Hg. v. Ulla Wischermann und Tanja Thomas. Wiesbaden 2008. S. 141-159.

³³⁵ Ebd., S. 77.

³³⁶ Vgl. Nishikawa, Katsuo A. [u.a.]: Interviewing the Interviewers: Journalistic Norms and Racial Diversity in the Newsroom, Howard Journal of Communications, 20:3, 2009. S. 242-259. S. 255.

12 Migration in Österreich

Migration stellt keineswegs eine junge Entwicklung für Österreich dar, viel mehr war das Land bereits zu Zeiten der Habsburgermonarchie und davor mit Wanderungsbewegungen konfrontiert. *„Räumliche Mobilität ist keine Besonderheit der gegenwärtigen Gesellschaft. Sie findet sich in allen historischen Epochen, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß und in unterschiedlichen räumlichen Strukturen.“*³³⁷ Der Stand der technischen Entwicklungen und der Infrastruktur beeinflussten maßgeblich, in welchem Ausmaß und über welche Distanzen Migrationsbewegungen erfolgten. Zur Zeit der industriellen Revolution um das Jahr 1860 waren in der Habsburgermonarchie vor allem die Industriezentren und große Städte wie Wien begehrte Orte, zu denen Wanderungen stattfanden,³³⁸ was auch die Zusammensetzung der Gesellschaft maßgeblich veränderte: Schon im Jahr 1910 waren zwei Prozent der Bevölkerung Zugewanderte.³³⁹

Wird die Situation im 20. Jahrhundert betrachtet, so prägten nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges vor allem zwei Faktoren die Migrationsgeschichte des Landes: Arbeitsmigration und Flüchtlingsbewegungen. Vom Ende des Zweiten Weltkrieges bis 1950 immigrierte eine Million Flüchtlinge und Vertriebene nach Österreich – wobei nur etwa die Hälfte davon auch im Land blieb. In den Jahren 1956/57 flüchteten rund 200.000 Menschen aus Ungarn nach Österreich. Eine weitere große Flüchtlingswelle folgte dem „Prager Frühling“, im Zuge derer 162.000 Tschechen und Slowaken nach Österreich kamen – aber nur 12.000 stellten einen Asylantrag.³⁴⁰ Nach dem Zerfall von Jugoslawien suchten insgesamt über 100.000 Menschen aus Kroatien und später aus Bosnien-Herzegowina Schutz in Österreich – wobei 60.000 BosnierInnen in Österreich blieben.³⁴¹ Im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts wurden im Jahr 2002 mit 39.354 die meisten Asylanträge gestellt, zehn Jahre später – im Jahr 2012 – waren es mit 17.413 nicht einmal mehr die Hälfte.³⁴²

³³⁷ Ehmer, Josef: Migrationen in der historischen Forschung – Themen und Perspektiven. In: Migrations- und Integrationsforschung – multidisziplinäre Perspektiven. Hg. v. Heinz Fassmann und Julia Dahlvik. S. 89-101. S. 99.

³³⁸ Vgl. Faßmann, Heinz und Münz, Rainer: Einwanderungsland Österreich? Gastarbeiter – Flüchtlinge – Immigranten. Wien 1990. S. 6.

³³⁹ Vgl. ebd., S. 7.

³⁴⁰ Vgl. Fassmann, Heinz und Münz, Rainer: Österreich – Einwanderungsland wider Willen. In: Migration in Europa. Historische Entwicklung, aktuelle Trends, politische Reaktionen. Hg. v. Heinz Fassmann und Rainer Münz. Frankfurt/Main und New York 1996. S. 209-229. S. 212.

³⁴¹ Vgl. UNHCR: Flüchtlingsland Österreich. Im Internet: <http://www.unhcr.at/unhcr/in-oesterreich/fluechtlingsland-oesterreich.html> (zuletzt eingesehen am 4.2.2014).

³⁴² Vgl. Statistik Austria: Asylanträge seit 2001 nach Staatsangehörigkeit. Im Internet: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/wanderungen/asyl/022914.html (zuletzt eingesehen am 4.2.2014).

Unter dem Schlagwort „Arbeitsmigration“ lassen sich in Österreich ab den 1950er-Jahren zwei Phänomene skizzieren: Zum einen wanderten österreichische Arbeitskräfte nach Deutschland, in die Schweiz und nach Übersee aus, zum anderen erfolgte die Anwerbung ausländischer ArbeiterInnen durch Österreich in den 1960er-Jahren.³⁴³ Österreich schloss drei Anwerbeabkommen ab – mit Spanien, der Türkei und Jugoslawien. Der Höhepunkt dieser Periode war im Jahr 1973 erreicht, als 230.000 „GastarbeiterInnen“ in Österreich arbeiteten.³⁴⁴ Aufgrund der wirtschaftlich angespannten Situation ging die Zahl der ausländischen Arbeitskräfte ab Mitte der 1970er-Jahre deutlich zurück. Zugleich fand eine „Umkehrung der Wahrnehmung“³⁴⁵ statt: Die Medienberichterstattung über MigrantInnen wurde zunehmend negativer – als die einst erwünschten GastarbeiterInnen begannen, ihre Familien nach Österreich nachzuholen, wurden diese als Problem wahrgenommen. Von 1974 bis 1984 nahm die Zahl der in Österreich beschäftigten ausländischen Arbeitskräfte um fast 40 Prozent ab – erst Ende der 1980er-Jahre konnte wieder ein Anstieg verzeichnet werden.³⁴⁶ Sowohl der EU-Beitritt Österreichs und die in der Union gewährleistete ArbeitnehmerInnenmobilität als auch Familienzusammenführungen und die Integration von asylberechtigten Personen in den Arbeitsmarkt führten zu einem deutlichen Anstieg von ausländischen Arbeitskräften.³⁴⁷ Während dieser Anteil im Jahr 1980 noch bei 6,3 Prozent lag, waren im Jahr 2012 15,2 Prozent der Beschäftigten in Österreich MigrantInnen.³⁴⁸

12.1 Migrationspolitik in Österreich

Jahrzehntelang wurde in Österreich um ein einheitliches Selbstverständnis hinsichtlich Zuwanderung gerungen. Der Status des Einwanderungslandes wurde dabei von unterschiedlichen politischen AkteurInnen abgelehnt, zum Teil sogar noch in jüngster

³⁴³ Vgl. Fassmann und Münz, Österreich, S. 216.

³⁴⁴ Alev Korun macht im Beitrag „Frauen in der Migration“ darauf aufmerksam, dass in den 1960er- und 1970er-Jahren durchaus auch Frauen nach Österreich einwanderten, die hier keine Familie hatten – auch wenn diese durchaus die Minderheit ausgemacht haben dürften.

Vgl. Korun, Alev: Frauen in der Migration. In: Gastarbauer. 40 Jahre Arbeitsmigration. Hg. v. Hakan Gürses [u.a.]. Wien 2004. S. 69-76.

³⁴⁵ Fassmann, Heinz: Migration als Auslöser, Verstärker und Überwinder von Feindbildern. In: Feindbilder in Europa. Analysen und Perspektiven. Hg. v. Sir Peter Ustinov Institut. Wien 2008. S.25-34. S. 27.

³⁴⁶ Vgl. Faßmann und Münz, Einwanderungsland, S. 13.

³⁴⁷ Vgl. Biffl, Gudrun: Ausländische Arbeitskräfte auf dem österreichischen Arbeitsmarkt. Im Internet: http://www.gudrun-biffl.priv.at/fileadmin/files/MB_2002_08_08_AUSLAENDERBESCHAEFTIGUNG.PDF (zuletzt eingesehen am 6.2.2014). S. 539.

³⁴⁸ Vgl. Statistik Austria: Beschäftigung und Arbeitsmarkt, Kapitel 15.2. Im Internet: http://www.statistik.at/web_de/services/stat_uebersichten/beschaeftigung_und_arbeitsmarkt/index.html (zuletzt eingesehen am 6.2.2014).

Vergangenheit: So erklärte der Obmann der *FPÖ* Heinz-Christian Strache noch im Dezember 2012, dass Österreich „definitiv kein Einwanderungsland“³⁴⁹ sei. Die vehemente Ablehnung des Status des Einwanderungslandes zeigte sich auch in den Reaktionen auf das Bekenntnis des damaligen Wirtschaftssprechers im *ÖVP*-Parlamentsklub Reinhold Mitterlehner im Jahr 2007: Mitterlehner hatte Kritik an der Migrations- und Integrationspolitik der Volkspartei geäußert und festgehalten, dass Österreich ein Zuwanderungsland sei. Dies sorgte sowohl für Diskussionen innerhalb der *ÖVP* als auch für Kritik von Seiten der Opposition.³⁵⁰

Die Ablehnung für den Status des Einwanderungslandes ist aus Sicht von Fassmann und Münz historisch bedingt: „Im Europa des 19. Jahrhunderts gab es typische Ein- und Auswanderungsländer, aber auch Gesellschaften ohne nennenswerte Migration über die jeweiligen Landesgrenzen. Heute lassen sich solche Unterscheidungen nur noch selten treffen. Fast alle westlichen Staaten Europas sind de facto zu Einwanderungsländern geworden.“³⁵¹ Die Weigerung, diese Tatsache zu akzeptieren, prägte die Migrationspolitik Österreichs nachhaltig: Zuwanderung wird im politischen Diskurs seit Jahrzehnten mit den Themen Sicherheit und Kriminalität in Verbindung gebracht, entsprechend restriktiv wurden die Gesetze gestaltet, um die Einwanderung möglichst auf hochqualifizierte MigrantInnen zu beschränken.³⁵² Dieser Fokus äußerte sich deutlich im Fremdenrechtspaket, das 1993 in Kraft trat: Mit diesem Gesetz wurden Quoten für die Bewilligungen von Aufenthaltstiteln eingeführt.³⁵³ Die Regierung sollte nun regeln, wie viele Aufenthaltsbewilligungen in Österreich ausgestellt werden. Der Antrag für eine solche Bewilligung musste im Ausland gestellt werden. Die Regelung erwies sich nicht nur als Schwierigkeit für jene Personen, die einen Erstantrag stellten, sondern auch für jene, die sich bereits im Land aufhielten, aber die Fristen für eine Verlängerung versäumten und somit wieder vom Ausland aus eine neue Bewilligung beantragen mussten.³⁵⁴ Im selben Jahr rief die *FPÖ* unter dem Titel „Österreich zuerst“ zu einem Volksbegehren auf, in dem unter anderem ein Einwanderungsstopp gefordert wurde. An dem Volksbegehren beteiligten sich allerdings nur

³⁴⁹ *FPÖ*: Strache zum Internationalen Tag der Migranten: Österreich ist kein Einwanderungsland! Im Internet: <http://www.fpoe.at/aktuell/detail/news/strache-zum-internationalen-ta/> (zuletzt eingesehen am 7.2.2014).

³⁵⁰ Vgl. Redaktion: Platter hält an Zuwanderungsquote fest. Im Internet: <http://derstandard.at/2883285> (zuletzt eingesehen am 7.2.2014).

³⁵¹ Faßmann und Münz, *Einwanderungsland*, S. 4.

³⁵² Vgl. Scheibelhofer, Paul: Arbeiter, Kriminelle, Patriarchen. In: Kann die Migrantin sprechen? Migration und Geschlechterverhältnisse. Hg. v. Eva Hausbacher [u.a.] Wiesbaden 2012. S. 62-82. S.70 f.

³⁵³ Vgl. BGBl. Nr. 838/1992. Im Internet: https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1992_838_0/1992_838_0.pdf (zuletzt eingesehen am 7.2.2014)

³⁵⁴ Vgl. Perchinig, Bernhard: Von der Fremdarbeit zur Integration? Migrations- und Integrationspolitik in Österreich seit 1945. In: Viel Glück! Migration heute. Wien, Belgrad, Zagreb, Istanbul. Hg. v. Vida Bakondy [u.a.] Wien 2010. S. 142–160. S. 149.

7,4 Prozent der Bevölkerung – die Reaktion von Seiten nicht-staatlicher Organisationen und Zivilbevölkerung war das „Lichtermeer“, eine Großdemonstration in Wien.³⁵⁵

Das 1993 in Kraft getretene Fremdenrechtspaket wurde im Jahr 1997 novelliert. Im Jahr 2002 folgte die nächste größere Reform.³⁵⁶ Die Regierung Schüssel I beschloss ein Fremdenrechtspaket, wovon vor allem die darin enthaltene Integrationsvereinbarung für Diskussionen sorgte. Drittstaatenangehörige mussten damit innerhalb von vier Jahren einen Sprachkurs absolvieren. Daneben beinhaltete das Fremdenrechtspaket die Pflicht für Zugewanderte, ein Gesundheitszeugnis vorzulegen. In Bezug auf die Arbeitsmigration wurde nun der Fokus auf die Zuwanderung von Schlüsselkräften gelegt.³⁵⁷

Im Jahr 2005 wurde das bisher geltende Fremdengesetz vom Fremdenpolizeigesetz und dem Niederlassungs- und Aufenthaltsgesetz abgelöst. Auch das Staatsbürgerschaftsrecht wurde im Rahmen des Fremdenrechtspakets reformiert. Von Rechtsexperten wurde diese Reform als „tiefe Zäsur, die fast alle Bereiche des österreichischen Zuwanderungsrechts betrifft“³⁵⁸ gewertet. Dies betraf sowohl Aufenthaltstitel, die zum Teil umbenannt wurden, wie auch Zuständigkeiten. Der Fokus bei den Zugewanderten lag weiterhin auf Schlüsselkräften, für Drittstaatenangehörige, die in Österreich arbeiten wollten aber nicht zu dieser Gruppe gehörten, war die Zuwanderung kaum mehr möglich.³⁵⁹

Um die Zuwanderung für hochqualifizierte Arbeitskräfte zu erleichtern, wurde im Zuge des Fremdenrechtspakets 2011 die *Rot-Weiß-Rot-Karte* eingeführt. Diese Möglichkeit des Aufenthalts wurde hauptsächlich für hochqualifizierte ArbeitnehmerInnen und Arbeitskräfte in Mangelberufen entwickelt. Die Vergabe der *Rot-Weiß-Rot-Karte* erfolgt nicht über ein Quotensystem, die Arbeitskräfte müssen in unterschiedlichen Kategorien – zum Beispiel Qualifikation und Deutschkenntnisse – eine gewisse Punkteanzahl erzielen. Das Interesse an der *Rot-Weiß-Rot-Karte* fiel bisher allerdings geringer aus als von staatlicher Seite erhofft: Im Jahr 2013 wurden 1177 solcher Bewilligungen ausgestellt, ursprünglich erwartete man sich 8.000 pro Jahr.³⁶⁰ Neben der *Rot-Weiß-Rot-Karte* beinhaltete das Fremdenrechtspaket eine

³⁵⁵ Vgl. ebd.

³⁵⁶ Vgl. BGBl. I Nr. 126/2002. Im Internet: https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/2002_126_1/2002_126_1.pdf (zuletzt eingesehen am 7.2.2014).

³⁵⁷ Vgl. Muttonen, Lena: Die Integration von Staatsangehörigen in den österreichischen Arbeitsmarkt. Wien 2008. S. 178.

³⁵⁸ Vgl. Schumacher, Sebastian: Die Neuorganisation der Zuwanderung durch das Fremdenrechtspaket 2005. Kommission für Migrations- und Integrationsforschung. Österreichische Akademie der Wissenschaften. Im Internet: http://www.oeaw.ac.at/kmi/Bilder/kmi_WP12.pdf (zuletzt eingesehen am 7.2.2014).

³⁵⁹ Vgl. ebd., S. 11.

³⁶⁰ Vgl. Kleine Zeitung: Rot-Weiß-Rote-Karte weiter kein Renner. Im Internet: <http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/politik/2938445/rot-weiss-rot-karte-weiter-renner.story?sessionid=A038D6F456812AC493660CDE0B8C4C34.p4> (zuletzt eingesehen am 7.2.2014).

Maßnahme, die unter dem Titel „Deutsch vor Zuzug“ diskutiert wurde: Drittstaatenangehörige müssen, wenn sie einen Erstantrag auf Aufenthalt stellen, bereits Deutschkenntnisse vorweisen können. Des Weiteren wurde die Integrationsvereinbarung insofern verändert, als dass nach zwei Jahren Aufenthalt die Sprachkenntnisse dem Niveau A2 – Verständnis der Sprache auf Alltagsniveau – entsprechen müssen. Besonders umstritten in diesem Gesetzespaket ist die so genannte *Mitwirkungspflicht*: Demnach müssen AsylwerberInnen 120 Stunden durchgängig in der Erstaufnahmestelle sein und in dieser Zeit für Befragungen und Untersuchungen zur Verfügung stehen. Diese Frist kann bei Bedarf um 48 Stunden verlängert werden.³⁶¹

Zuletzt wurde im Juli 2013 das Staatsbürgerschaftsrecht reformiert. Durch die Gesetzesänderung können Personen nun nach sechs Jahren – und nicht wie bisher nach zehn Jahren – die Staatsbürgerschaft verliehen bekommen, wenn sie Deutschkenntnisse auf dem B2-Niveau erbringen und ihre „nachhaltige persönliche Integration“³⁶² beweisen können – etwa in Form der Ausübung eines Sozialberufes oder eines freiwilligen Engagements.

Die Ausführungen verdeutlichten den restriktiven Charakter der österreichischen Migrationspolitik in den vergangenen Jahrzehnten – vor allem was die Zuwanderung von Drittstaaten-Angehörigen und AsylwerberInnen betrifft. Diese Entwicklung wurde maßgeblich davon geprägt, dass sich Österreich jahrelang nicht als Einwanderungsland wahrnahm, diesen Status sogar vehement ablehnte. In der jüngeren Vergangenheit – spätestens seit dem Fremdenrechtspaket aus dem Jahr 2011 – wurde versucht, die Zuwanderung qualifizierter Personen zu steigern. Massiv gefördert wurde dies von Seiten der Wirtschaft und Industrie. Die *Rot-Weiß-Rot-Karte* ist bisher allerdings weit hinter den Erwartungen von Regierung und Wirtschaft zurückgeblieben; das Ansinnen, Migration hauptsächlich auf hochqualifizierte EinwanderInnen zu beschränken, ließ sich nicht realisieren.

³⁶¹ Vgl. BGBl. I Nr. 38/2011. Im Internet:
https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2011_I_38/BGBLA_2011_I_38.pdf
(zuletzt eingesehen am 7.2.2014).

³⁶² BGBl. I Nr. 136/2013, § 11a. Im Internet:
https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2013_I_136/BGBLA_2013_I_136.pdf
(zuletzt eingesehen am 7.2.2014).

12.2 Integrationspolitik in Österreich

Die Weigerung vonseiten politischer AkteurInnen, Österreich als Einwanderungsland anzuerkennen, trug auch dazu bei, dass die Integration von MigrantInnen lange Zeit nicht thematisiert wurde – geschweige denn eine Strategie für Diversität in der österreichischen Gesellschaft entwickelt wurde. Migration war und ist zum Teil noch immer ein emotional besetztes Thema – ein Umstand, der durch die Politik der *FPÖ* stark gefördert wurde.

Erste Bewegungen in Richtung einer sachlichen Auseinandersetzung mit der Thematik fanden im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts statt. Im Jahr 2007 startete der damalige Innenminister Günter Platter eine Integrationsplattform: Hier wurden zum einen Gespräche mit MigrationsexpertInnen, NGOs, Vereinen und Sozialpartnern geführt, zum anderen wurde ein Integrationsbericht erstellt.³⁶³ Im Jahr 2010 folgte der *Nationale Aktionsplan für Integration*: Die Regierung beschloss im Jänner 2010 diesen *Aktionsplan*. Als Handlungsfelder wurden darin Sprache und Politik, Arbeit und Beruf, Rechtsstaat und Werte, Gesundheit und Soziales, interkultureller Dialog, Sport, Freizeit und Wohnen definiert. Der Plan wurde vom Innenministerium koordiniert, die Länder, Gemeinden, Sozialpartner und der Bund bei der Erstellung miteinbezogen. Daneben wurde auch ein ExpertInnen-Gremium unter dem Vorsitz des Migrationsexperten Heinz Fassmann eingeladen, seine Expertise einzubringen.³⁶⁴

Im April 2011 wurde das Integrationsstaatssekretariat gegründet, der Bundesobmann der *Jungen Volkspartei* Sebastian Kurz wurde Integrationsstaatssekretär. Das Sekretariat wurde im Innenministerium angesiedelt, was mitunter für Kritik sorgte.³⁶⁵ Das zentrale Motto des Integrationsstaatssekretärs lautete „Integration durch Leistung“, womit vor allem Bildung und Spracherwerb von MigrantInnen gefördert werden sollten. Bis zum Dezember des Jahres 2013 bestand das Integrationsstaatssekretariat als Sekretariat im Innenministerium, mit der Ernennung von Sebastian Kurz zum Außenminister wurde es schließlich als Sektion im

³⁶³ Vgl. Bundesministerium für Inneres: Platter: Gesprächsrunden der Integrationsplattform starten mit kommender Woche. Im Internet: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20071110_OTS0025/platter-gespraechsrunden-der-integrationsplattform-starten-mit-kommender-woche (zuletzt eingesehen am 12.2.2014).

³⁶⁴ Vgl. Nationaler Aktionsplan für Integration. Bericht. Hg. v. Bundesministerium für Inneres. Im Internet: http://www.integration.at/media/files/nap/Bericht_zum_Nationalen_Aktionsplan.pdf (zuletzt eingesehen am 19.12.2013).

³⁶⁵ Vgl. Haslinger, Eva: "Auf die Person kommt es an". Experten zu Integrationsstaatssekretär abwartend. Im Internet: <http://oe1.orf.at/artikel/275203> (zuletzt eingesehen am 12.2.2014).

Außenministerium angesiedelt. Diese Positionierung wurde bemängelt, da die zu behandelnden Themen keine Anknüpfungspunkte zum Außenministerium hätten.³⁶⁶

Die Entwicklungen im vergangenen Jahrzehnt beweisen einen verstärkten Fokus auf Integration. Die Thematik, die bis dahin im politischen Diskurs weitgehend unbeachtet blieb und von emotionalen Debatten über Sicherheit und Kriminalität verdeckt wurde, bekam durch die Einrichtung eines Integrationsstaatssekretariats zumindest auf symbolischer Ebene eine größere Bedeutung. Inhaltlich wurde „Integration durch Leistung“ als Leitmotiv der Arbeit des Staatssekretariats definiert, wobei diese „Leistung“ vor allem mit Sprachkenntnissen in Verbindung gebracht wurde. Dieser Slogan wurde von österreichischen Menschenrechtsorganisationen kritisiert, die in der Leistungsforderung eine teilweise Diskriminierung orteten.³⁶⁷ Welche Auswirkungen die Ansiedelung der Integrationsthematik im Außenministerium hat, wird sich erst zeigen. Die Befürchtung der Opposition, Integration könnte damit an Bedeutung verlieren, wollte die für die Thematik zuständige *ÖVP* nicht gelten lassen und deutete die Umstrukturierung sogar als Aufwertung für die Materie.³⁶⁸

³⁶⁶ Vgl. Grüner Klub im Parlament: Korun: Nach nur zwei Jahren entsorgt Regierung Integrationspolitik wieder. Im Internet: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20131213_OTS0095/korun-nach-nur-zwei-jahren-entsorgt-regierung-integrationspolitik-wieder (zuletzt eingesehen am 13.2.2014).

³⁶⁷ Vgl. SOS Mitmensch: Bereits 3-jährige Kinder unter Leistungs- und Integrationsdruck. Im Internet: <http://www.sosmitmensch.at/site/home/article/472.html> (zuletzt eingesehen am 13.2.2014).

³⁶⁸ Vgl. bae/jul: Koalition: Integrationsstaatssekretariat wird Sektion im Außenressort. In: APA vom 13.12.2013.

13 Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund

Im folgenden Kapitel werden mögliche Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund beim Einstieg in den Beruf des/der JournalistIn beziehungsweise Faktoren, die eine journalistische Karriere erschweren, aufgezeigt. Die folgenden Befunde, die auf statistischen Daten und den Ergebnissen wissenschaftlicher Arbeiten basieren, werden im empirischen Teil einer Überprüfung unterzogen.

13.1 Strukturelle Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund

Die Situation für Personen mit Migrationshintergrund am Arbeitsmarkt und die Selektionsmechanismen im österreichischen Bildungssystem sind zwei Faktoren, welche die Chancen für MigrantInnen, in einem Beruf wie dem Journalismus Fuß zu fassen, massiv beeinflussen dürften. Aus diesem Grund wird hier zum einen auf die *Situation von Personen mit Migrationshintergrund am österreichischen Arbeitsmarkt* eingegangen, zum anderen die *schulische Situation für Kinder mit Migrationsbiographie* untersucht.

13.1.1 Die Situation für Personen mit Migrationshintergrund am österreichischen Arbeitsmarkt³⁶⁹

Das Beschäftigungsprofil von Personen mit Migrationshintergrund am österreichischen Arbeitsmarkt unterscheidet sich deutlich von jenem der autochthonen Erwerbstätigen. Beschäftigte mit Migrationshintergrund sind vor allem als ArbeiterInnen tätig: Im Jahr 2012 waren 45 Prozent der Erwerbstätigen mit Migrationshintergrund ArbeiterInnen, unter den Beschäftigten mit österreichischen Wurzeln waren es nur 23 Prozent. Die Situation in der zweiten Generation der Zugewanderten gestaltet sich bereits anders: Diese gleicht sich zunehmend an jene der autochthonen Bevölkerung an. In der zweiten Generation sind bereits nur mehr 30 Prozent ArbeiterInnen. Wird der Arbeitsmarkt nach Branchen betrachtet, so sind 1,5 Prozent der erwerbstätigen Personen mit Migrationshintergrund im Bereich „Information, Kommunikation“ – der für die vorliegende Untersuchung von besonderer Relevanz ist – tätig, in der autochthonen Bevölkerung sind es 2,7 Prozent.

³⁶⁹ Dieses Unterkapitel dient als kurzer Überblick über die Situation für MigrantInnen am Arbeitsmarkt und stellt nicht den Anspruch, eine umfassende Beschreibung der Lage wiederzugeben. Das Datenmaterial in diesem Kapitel stammt – wenn nicht anders angegeben – aus dem Statistischen Jahrbuch für 2013. Vgl. Statistik Austria, migration.

Hinsichtlich ihres Bildungsstands lassen sich weitere Unterschiede zwischen den in Österreich lebenden Personen mit Migrationshintergrund und der autochthonen Bevölkerung festmachen: Personen mit Migrationshintergrund sind überproportional oft unter den hochqualifizierten und unter den niedrig qualifizierten Erwerbstätigen, während autochthone ÖsterreicherInnen überdurchschnittlich häufig einen Abschluss einer Berufsschule oder Fachschule haben. 15 Prozent der ÖsterreicherInnen verfügen über einen Hochschulabschluss, bei den Erwerbstätigen mit ausländischem Pass sind es 20 Prozent, bei EU/EWR-BürgerInnen oder BürgerInnen aus der Schweiz sogar 30 Prozent. Der Anteil überqualifizierter Beschäftigter lag bei den Erwerbstätigen mit Migrationshintergrund im Jahr 2008 bei 28 Prozent, bei jenen ohne Migrationshintergrund waren es nur zehn Prozent. Neben dieser Gruppe der hoch- bzw. überqualifizierten Personen sind MigrantInnen auch in der Gruppe der Personen mit höchstens Pflichtschulabschluss überdurchschnittlich häufig vertreten: 29 Prozent der Bevölkerung mit Migrationshintergrund hatte im Jahr 2012 höchstens einen Pflichtschulabschluss, unter den autochthonen ÖsterreicherInnen waren es 12 Prozent. In der zweiten Generation sind die Unterschiede im Bildungsprofil zwischen der Bevölkerung mit österreichischen Wurzeln und den Personen mit Migrationsbiographie allerdings schon deutlich geringer. Sowohl der Anteil jener, die höchstens über einen Pflichtschulabschluss verfügen, als auch jener, die eine Berufs- oder Fachschule absolviert haben, näherten sich den Werten der autochthonen Bevölkerung an.

Das statistische Datenmaterial lässt durchaus auf Gründe für eine nicht dem Anteil in der Bevölkerung entsprechende Präsenz von Personen mit Migrationshintergrund im Journalismus schließen. Der überproportional hohe Anteil an niedrig qualifizierten Personen mit Migrationsbiographie ist ein solcher Faktor, da diese Personen kaum die Chance bekommen dürften, im Journalismus Karriere zu machen. Die Qualifikation ist aber nicht nur für die eigene Berufslaufbahn entscheidend, sondern prägt auch die Möglichkeiten der nächsten Generation nachhaltig.

13.1.2 Die schulische Situation für Kinder mit Migrationsbiographie

Die Schullaufbahnen von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund und jenen mit österreichischen Wurzeln weisen nach wie vor Unterschiede auf: In Schulen mit Matura gibt es etwa einen unterdurchschnittlich hohen Anteil von nicht-deutschsprachigen Kindern. Der Anteil von MigrantInnen in Sonderschulen ist dagegen überproportional hoch. Diese Zahlen lassen sich damit erklären, dass Kinder, die beim Schuleintritt nicht die deutsche Sprache

sprechen, oftmals in eine Sonderschule geschickt werden.³⁷⁰ Auch der Anteil jener, die noch vor dem Pflichtschulabschluss die Schule verlassen, ist unter MigrantInnen mit 13 Prozent weit höher als bei den deutschsprachigen KollegInnen mit 4 Prozent. Bildungstests weisen in regelmäßigen Abständen auf unterschiedliche Leistungen zwischen Kindern mit Migrationshintergrund und autochthonen SchülerInnen hin. So zeigte der PISA-Test für das Jahr 2012 einen vergleichsweise hohen Unterschied zwischen ÖsterreicherInnen und Zugewanderten bei den Mathematik-Ergebnissen. Während sich die Leistungen der MigrantInnen im OECD-Schnitt an jene der jeweiligen autochthonen SchülerInnen anglichen, war dies in Österreich nicht der Fall. Auch der soziale Status spielt in Österreich eine größere Rolle als im Durchschnitt der OECD-Länder.³⁷¹ Die Bildungsstandard-Tests belegen den hohen Einfluss des Elternhauses – insbesondere die starke Bedeutung des Bildungshintergrundes der Eltern. So hatten bei der Mathematik-Testung 23 Prozent der Kinder mit AkademikerInnen als Eltern das Level „Bildungsstandards übertroffen“ erreicht, bei Kindern, deren Eltern höchstens einen Pflichtschulabschluss haben, waren es nur zwei Prozent.³⁷² Die Leistungsunterschiede zwischen Kindern mit Migrationshintergrund und SchülerInnen mit österreichischen Wurzeln im Fach Englisch lassen sich fast durchgängig mit dem unterschiedlichen Sozialstatus in den Gruppen der MigrantInnen und der ÖsterreicherInnen erklären.

Aus den statistischen Werten geht die große Bedeutung der Herkunft im österreichischen Bildungssystem hervor: Herkunft bezieht sich hier primär auf die soziale Herkunft, das heißt den Bildungshintergrund der Eltern und den finanziellen Status. Strukturelle Faktoren unterstützen diese Differenzierung noch zusätzlich – insbesondere „der relativ späte Schuleintritt und die geringe Inanspruchnahme vorschulischer Bildungseinrichtungen, die frühzeitige schulische Selektion mit 10 Jahren, die geringe Pflichtschuldauer sowie die geringere Anzahl an LehrerInnenstunden pro Woche, die SchülerInnen zur Verfügung haben.“³⁷³ Der Einfluss des Elternhauses lässt sich auch auf Hochschulniveau nachweisen: So haben 29 Prozent der Studierenden einen Vater mit Hochschulabschluss, nur sieben Prozent haben dagegen einen Vater mit höchstens einem Pflichtschulabschluss.³⁷⁴ Auch wenn der Anteil der AkademikerInnen unter den Personen mit Migrationshintergrund – wie unter

³⁷⁰ Vgl. Statistik Austria, migration, S. 44.

³⁷¹ Vgl. aku/jle/spu: PISA-Studie: PISA 2012 auf einen Blick. In: APA vom 03.12.2013.

³⁷² Vgl. aku/jle/mk: Bildungsstandards auf einen Blick. In: APA vom 31.01.2014.

³⁷³ Weiss, Hilde und Unterwurzacher, Anne: Soziale Mobilität durch Bildung? – Bildungsbeteiligung von MigrantInnen. In: 2. Österreichischer Migrations- und Integrationsbericht. Hg. v. Heinz Fassmann. Klagenfurt 2007. S. 227-241. S. 233 f.

³⁷⁴ Vgl. Statistik Austria: Bildung in Zahlen 2011/12. Schlüsselindikatoren und Analysen. Wien 2013. S. 36.

13.1.1 *Die Situation für Personen mit Migrationshintergrund am österreichischen Arbeitsmarkt* thematisiert – höher als unter den ÖsterreicherInnen ist, trägt vor allem der Bildungsstand der ersten Generation von MigrantInnen zu diesem Umstand bei. In der zweiten Generation liegt der Anteil – mit 10,9 Prozent an AbsolventInnen einer Universität, FH oder Akademie – bereits unter jenem der autochthonen Bevölkerung mit 14,9 Prozent. Hinzu kommt, dass die ausländischen StaatsbürgerInnen, die ein Studium in Österreich abgeschlossen haben, kaum sozial- und geisteswissenschaftliche Studienrichtungen – jene Fächer die häufig von späteren JournalistInnen gewählt werden – belegt haben. Die meisten Hochschulabschlüsse von ausländischen Studierenden gab es 2010/2011 im Fach der Theologie, gefolgt von Veterinärmedizin, Medizin, Naturwissenschaften und erst dahinter folgten Abschlüsse in sozial- oder wirtschaftswissenschaftlichen Studien.³⁷⁵

Die Ausführungen zu Bildungssystem und Arbeitsmarkt haben starke Selektionsmechanismen deutlich gemacht: So geht die Herkunft häufig mit einer sozial benachteiligten Position einher, was sich gerade angesichts der Beschaffenheit des österreichischen Bildungssystems in vielen Fällen in einer weniger erfolgreichen beziehungsweise kürzeren Bildungslaufbahn von Kindern und Jugendlichen mit Migrationshintergrund äußert. Dies wiederum trägt dazu bei, dass der Beruf des/der JournalistIn zum einen aufgrund der fehlenden Ausbildung, zum anderen aufgrund fehlender Kontakte – die etwa im Studium geknüpft werden – häufig nicht gewählt werden kann. Tendenziell dürfte die Bedeutung der Qualifikation in Zukunft noch größer werden, da gerade durch die Fachhochschulen Journalismus als akademischer Beruf weiter verbreitet wird.

13.2 Fehlende Netzwerke

Die Anwerbung von Personal erfolgt im Journalismus zumeist auf informellem Weg. Stellenausschreibungen und Assessment Center – wie sie im öffentlich-rechtlichen *ORF* durchgeführt werden – sind eher selten. In vielen Medienunternehmen wird bei Bedarf auf Initiativbewerbungen zurückgegriffen oder PraktikantInnen werden als MitarbeiterInnen übernommen. Je weniger Bewerbungsprozesse über einen formellen Weg ablaufen, umso bedeutender dürften Kontakte und Netzwerke sein. Oulious stellte dies in einer Studie zur Situation von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in Deutschland fest: „Eine weitere

³⁷⁵ Vgl. Statistik Austria, migration, S. 47.

entscheidende Rolle spielen trotz anders lautender Beteuerungen *Beziehungen*. Nicht im Sinne von Nepotismus, sondern in dem Sinne, ‚die richtigen Leute kennen zu lernen‘.³⁷⁶

In diesem Zusammenhang ist einmal mehr die Rolle der Ausbildung zu erwähnen: Kontakte in den Journalismus werden häufig auf Hochschulen – Universitäten und insbesondere Fachhochschulen – geknüpft. So sind es häufig Vortragende, die den Kontakt zu einem Praktikum und/oder einer späteren Arbeitsstelle herstellen. Sind nun aber aufgrund der Selektionsmechanismen im Bildungssystem hier Personen mit Migrationshintergrund seltener vertreten, sind die Chancen, in einem Medienunternehmen einen Arbeitsplatz zu bekommen, deutlich geringer. In einzelnen Medienunternehmen werden sogar ausschließlich Studierende von Fachhochschulen für Praktika herangezogen.³⁷⁷

13.3 Das vorherrschende Qualifikationsprofil

Wird das gängige Qualifikationsprofil von Medienunternehmen untersucht, ist auch zentral, wer dieses Profil bestimmt. Studien zeigen, dass sich EntscheidungsträgerInnen häufig aufgrund der Ähnlichkeiten zu sich selbst für einen Kandidaten oder eine Kandidatin entscheiden. Dieses Phänomen nennt sich „Self-Cloning“³⁷⁸. Da in den Chefredaktionen österreichischer Medienunternehmen Männer ohne Migrationsbiographie die Mehrheit darstellen, kann davon ausgegangen werden, dass sich dieses Profil reproduziert, das heißt, wieder männliche Bewerber aus einem ähnlichen Kulturkreis bevorzugt angestellt werden.

Auch mehrere Studien aus dem deutschsprachigen Raum deuten auf ein an der Mehrheit ausgerichtetes Qualifikationsprofil hin. Röben ortet – bedingt durch die Dominanz autochthoner Medienverantwortlicher – einen fehlenden Fokus auf migrationsspezifische Kenntnisse.³⁷⁹ In einer Studie aus dem Jahr 2010 gaben Medienverantwortliche als entscheidende Kriterien journalistische Qualifikationen – von den Verantwortlichen mitunter als Neugierde oder auch sprachliches Talent bezeichnet – an. Bemerkenswert ist in diesem

³⁷⁶ Oulios, Journalisten, S. 129.

³⁷⁷ Die Autorin hat selbst ein Diplomstudium an einer Fachhochschule absolviert und so die Aufnahmepraxis der Medienunternehmen aus dieser Perspektive kennengelernt, die Perspektive der Medienunternehmen erfährt sie durch ihre Arbeit als Redakteurin in einem Medienunternehmen.

³⁷⁸ Roland Berger Strategy Consultants: Dream-Team statt Quote. Studie zu „Diversity and Inclusion“. München 2011. http://www.rolandberger.com/media/pdf/Roland_Berger_DiversityInclusion_D_20110509.pdf (zuletzt eingesehen am 19.11.2013).

³⁷⁹ Vgl. Röben, Bärbel: Migrantinnen im deutschen Journalismus – ein weißer Fleck. Forschungsüberblick und Perspektiven. In: Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. Hg. v. Tobias Eberwein und Daniel Müller. Wiesbaden 2010. S.263-282. S. 272.

Zusammenhang, dass keiner der Verantwortlichen bei diesen sprachlichen Kenntnissen Fremdsprachenkenntnisse nannte.³⁸⁰ Iglesias machte in ihrer Untersuchung zu JournalistInnen mit Migrationshintergrund einen Anpassungsdruck für die ausländischen RedakteurInnen aufgrund des geltenden Qualifikationsprofils fest: „Als zentrales Ergebnis kann festgehalten werden, dass der deutsche Journalismus Migranten ein hohes Maß an Anpassung abverlangt. Erst wenn keine Unterschiede zu autochthonen Journalisten in der Sprachfertigkeit, der Bildungsvita und dem beruflichen Selbstverständnis vorhanden sind, öffnen sich die Türen der deutschen Medien, in denen die zusätzlichen Kompetenzen wie Multiperspektivität in der Berichterstattung, Zielgruppenkenntnisse der migrantischen Community und der Umgang mit Mehrsprachigkeit mit Erfolg eingesetzt werden können.“³⁸¹

Die Studie von Iglesias belegt, was auch in Untersuchungen der österreichischen Medienszene festgestellt wurde³⁸²: Das gängige Qualifikationsprofil der Medienunternehmen hält an einem veralteten Gesellschaftsbild fest, wodurch migrationsspezifische Kenntnisse wie Sprachkenntnisse oder Wissen über andere Länder und Kulturen ignoriert werden. Damit ist auch bereits eine der vermeintlich größten Barrieren für Minderheitenangehörige im Journalismus genannt: Diese Barriere dürfte weniger in einer direkten Form der Diskriminierung, als viel mehr in einer Geringschätzung spezifischer Kompetenzen von Personen mit ausländischen Wurzeln liegen.

13.4 Die Sprache als Barriere

In der Analyse möglicher Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund beim Einstieg in Medienunternehmen wird häufig fehlende Sprachperfektion als größtes Hindernis gewertet. In einer Studie aus dem Jahr 2010 wurde von Verantwortlichen österreichischer Medienbetriebe mangelnde Sprachperfektion als Hauptgrund für einen geringen Anteil an JournalistInnen mit Migrationshintergrund festgemacht. Da der Journalismus ein Sprachberuf sei, müssten in diesem Bereich entsprechende Kompetenzen vorhanden sein.³⁸³ Auch in einer Untersuchung von Herczeg äußerten VerantwortungsträgerInnen österreichischer Medien die dringende

³⁸⁰ Eine Ausnahme stellt in diesem Zusammenhang der *ORF*-Radiosender *FM4* dar. Aufgrund der zweisprachigen Ausrichtung (Deutsch-Englisch) wird hier verstärkt auf die Fremdsprachenkenntnisse geachtet bzw. werden ModeratorInnen mit englischer Muttersprache eingestellt.

Vgl. Stradner, Mehrheit.

³⁸¹ Iglesias, Migranten-Journalisten.

³⁸² Vgl. Stradner, Mehrheit.

³⁸³ Vgl. ebd., S. 93 ff.

Notwendigkeit sprachlicher Perfektion.³⁸⁴ Dahinter steht vor allem die Furcht, mangelnde Sprachkenntnisse von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund könnten im Berufsalltag zu Verzögerungen führen: „Der Redaktionsalltag ließe keine Fehler zu, begründen für die Personalpolitik zuständige Medienvertreter auf Tagungen und Seminaren die Unterrepräsentanz von Migranten-Journalisten. Man sei zwar willig, Migranten einzustellen und auszubilden, aber nur bei gleicher Qualifikation.“³⁸⁵ Oulios schildert in seiner qualitativen Studie zu Gründen geringer Repräsentanz von JournalistInnen mit Migrationshintergrund die Annahme fehlender Qualifikationen seitens der Medienunternehmen – bei MigrantInnen gebe es von vornherein Zweifel an den Deutschkenntnissen.³⁸⁶

Die Argumentation der Medienverantwortlichen trägt dazu bei, das Bild des Journalismus-Berufs als „Sprachberuf“, für den absolute Sprachperfektion notwendig ist, zu verfestigen. Wird ein Beruf derartig elitär nach außen hin präsentiert, besteht die Gefahr, mit diesem Image einzuschüchtern. Vor allem für MigrantInnen, die häufig mit der vermeintlich fehlenden Sprachkompetenz „ihrer Gruppe“ konfrontiert werden, dürfte es umso schwieriger sein, sich von diesem Image zu lösen und sich dann für einen „Sprachberuf“ zu entscheiden.

13.5 Zuschreibung des Migrationshintergrundes

Die Zuschreibung eines Migrationshintergrundes erfolgt in der Regel über den Namen oder phänotypische Merkmale. Im Falle von ausländischen Namen sind Benachteiligungen nicht nur eine bloße Hypothese, sondern durch Studien belegt. Eine Studie der Universität Konstanz im Auftrag des „Instituts zur Zukunft der Arbeit“ wies die schlechtere Beurteilung von BewerberInnen mit türkischen Namen bei gleicher Qualifikation nach: Diese erhielten um 14 Prozent weniger positive Antworten auf ihre Bewerbungen als jene mit deutschen Namen.³⁸⁷ Die Untersuchung wurde zwar nicht in Medienunternehmen durchgeführt, dennoch können derartige Tendenzen auch für die Medienbranche angenommen werden – speziell in audio-visuellen Medien, in denen darüber hinaus auch die visuelle Darstellung von Personen von Bedeutung ist.

³⁸⁴ Vgl. Herczeg, Gesellschaft, S. 188.

³⁸⁵ Iglesias, Migranten-Journalisten, S. 66.

³⁸⁶ Vgl. Oulios, Journalisten, S. 130 f.

³⁸⁷ Vgl. Kaas, Leo und Manger, Christian: Ethnic Discrimination in Germany's Labour Market: A Field Experiment, Discussion Paper No. 4741. Konstanz 2010. Im Internet: <http://ftp.iza.org/dp4741.pdf> (zuletzt eingesehen am 10.1.2014).

Für Barrieren aufgrund äußerlicher Merkmale existieren kaum empirische Belege. Dennoch können aufgrund der Erfahrungen von ModeratorInnen mit Migrationshintergrund Annahmen darüber getroffen werden, wie Medienunternehmen mit der Zuschreibung eines Migrationshintergrundes umgehen beziehungsweise in der Vergangenheit umgingen. So ist es auffällig, dass über Jahrzehnte hinweg kaum Personen mit Migrationshintergrund in sichtbaren Positionen audio-visueller Medien präsent waren. Das Beispiel einer Redakteurin mit Migrationshintergrund, die sich im öffentlich-rechtlichen Rundfunk *ORF* für eine ModeratorInnenstelle beworben hatte und trotz positiver Bewertungen zunächst nicht zum Zug kam, mittlerweile aber – Jahre später – im *ORF* als Moderatorin arbeitet, gibt Einblicke in die Problematik.³⁸⁸ Die sichtbare Positionierung von Personen mit ausländischen Wurzeln dürfte für die TV-Sender in der Vergangenheit durchaus ein Problem dargestellt haben. In den vergangenen Jahren hat sich die Situation aber – wenn auch nur in sehr langsamen Schritten – verbessert: In Österreichs TV-Sendern sind mittlerweile durchaus ModeratorInnen mit Migrationshintergrund beschäftigt. Die Reaktionen auf die Bildschirmpräsenz dieser ModeratorInnen zeigen allerdings, dass Diversität – im Sinne einer Vielfalt an Herkunftsn – in Österreichs Fernsehlandschaft noch keineswegs als Normalität gewertet werden kann. Der beste Beleg dafür: der Einsatz einer *ORF*-Moderatorin mit afrikanischen Wurzeln, der in einer österreichischen Tageszeitung als „kleine Sensation“³⁸⁹ bezeichnet wurde. Diese Bewertung verdeutlicht, wie wenig sich die Vielfalt in der österreichischen Gesellschaft auch tatsächlich am Bildschirm widerspiegelt.

13.6 Reduktion auf Migrationsthemen

Die Antwort einiger österreichischer Medienunternehmen auf die Forderung nach einer adäquaten Repräsentation der Gesellschaft in den Massenmedien waren zunächst eigene Plattformen für RedakteurInnen mit Migrationshintergrund. Einzelne davon, wie die Integrationsseite der Tageszeitung *Die Presse*, existieren mittlerweile nicht mehr, andere wie die Online-Plattform *dastandard.at*, werden nach wie vor betrieben. Die Idee, die hinter derartigen Nischenprodukten steht, ist es MigrantInnen eine Chance zu geben, journalistisch Fuß zu fassen und schließlich den Absprung in den Mainstream-Journalismus zu schaffen.

³⁸⁸ Vgl. Berangy, Nasila: Migrantin als Moderatorin: Warten auf große Chance. Im Internet: http://diepresse.com/home/panorama/integration/558087/Migrantin-als-Moderatorin_Warten-auf-grosse-Chance?from=suche.extern.google.com (zuletzt eingesehen am 7.3.2014).

³⁸⁹ als, Unterweger.

Zum Teil ist dies auch gelungen und RedakteurInnen, die in solchen Nischenprogrammen ihre Karriere starteten, sind mittlerweile in den Hauptredaktionen der Medien tätig, zum Teil stießen die RedakteurInnen aber auch auf Barrieren. So wurde von einem Journalisten, der im audiovisuellen Bereich für ein Nischenprogramm arbeitet, die Durchlässigkeit in die Stammredaktionen stark angezweifelt – vor allem dann, wenn es darum ginge, sichtbare Positionen, sprich ModeratorInnenposten, zu besetzen.³⁹⁰

Die Gefahr derartiger Plattformen besteht darin, Kategorien zu manifestieren, indem RedakteurInnen mit Migrationshintergrund für Migrations- und Integrationsthemen zuständig sind und der Zusammenhang zwischen dem eigenen Migrationshintergrund und der Bearbeitung derartiger Themen als logischer Schluss gesehen wird. Vielfach wurde von den Verantwortlichen derartiger Plattformen und den dafür zuständigen RedakteurInnen das Ablaufdatum der Produkte betont: Es würde die Zeit kommen, da brauchte es derartige Plattformen und Programme nicht mehr in ihrer Aufgabe, Sprungbrett für JournalistInnen mit Migrationshintergrund zu sein.³⁹¹ Neben der Funktion, RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln zu fördern, werden Nischenprogramme aber auch als Fachredaktionen verstanden: So betont der öffentlich-rechtliche Rundfunk *ORF* etwa diese Funktion der Redaktion des Formats „Heimat, fremde Heimat“. Widersprüchlich ist diese Argumentation allerdings insofern, als dass sich kaum Personen ohne ausländische Wurzeln in diesen Redaktionen finden. Werden derartige Redaktionen als Fachabteilungen für die Themen Migration und Integration positioniert, müssen sie sich auch gegenüber autochthonen RedakteurInnen geöffnet werden, um nicht in die „Nischenfalle“ zu tapen.

13.7 Fehlender Fokus auf MigrantInnen als Zielgruppe

Vor mehreren Jahrzehnten waren es Frauenredaktionen, die mit einer weiblichen Belegschaft die Zielgruppe der Leserinnen ansprechen sollte. Der Gedanke dahinter ist offensichtlich: Die Redakteurinnen würden über Erfahrungen verfügen, die es ihnen erleichtern könnten, sich in die weibliche Zielgruppe zu versetzen. Inwiefern diese Annahme tatsächlich zutrifft, ist nicht empirisch belegt, dennoch kann davon ausgegangen werden, dass ein gewisser Erfahrungshintergrund dazu befähigt, spezifische Problemstellungen zu erkennen und diese als Thema für die Berichterstattung wahrzunehmen. Darüber hinaus können – wie im Fall von

³⁹⁰ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 116.

³⁹¹ Vgl. Berangy, Migrantin.

Personen mit Migrationshintergrund – womöglich leichter Kontakte hergestellt werden. Wollten Massenmedien also MigrantInnen als Zielgruppe ansprechen, wäre es nur naheliegend, auch JournalistInnen mit Migrationshintergrund in ihren Redaktionen zu beschäftigen. Tatsächlich dürfte einer der Gründe für die geringe Repräsentanz von Personen mit Migrationshintergrund in den österreichischen Massenmedien sein, dass MigrantInnen keine spezifische Zielgruppe für diese darstellen. Röben ortet generell eine „geringe Zielgruppen- und Publikumsorientierung der Redaktionsleitungen“³⁹². In einer früheren Untersuchung der Autorin zum Umgang österreichischer Medienunternehmen mit ethnischer Diversität wurde deutlich, dass MigrantInnen hier nicht als spezifische Zielgruppe gesehen werden. Die Gründe dafür liegen in der Annahme, MigrantInnen würden eine zu kleine Zielgruppe darstellen oder Personen mit Migrationshintergrund würden aufgrund mangelnder Bildung nicht nur Zielgruppe des Mediums zählen.³⁹³

Aus wirtschaftlicher Sicht ist die Herangehensweise der Medienunternehmen durchaus überraschend: Während *Ethno-Marketing* – also Werbung, die speziell auf MigrantInnen zugeschnitten ist – von großen Unternehmen und einzelnen politischen Parteien in Österreich bereits vielfach angewandt wird,³⁹⁴ hat dies bisher für die Medienbranche kaum Relevanz. Auch Diversity Management-Modelle³⁹⁵ beinhalten neben der internen Ebene – Vielfalt im Unternehmen zu leben – auch eine externe: So versuchen etwa Mobilfunkanbieter MigrantInnen mit speziellen Tarifen anzusprechen und auch Banken werben um Zugewanderte als KundInnen.³⁹⁶ Werden MigrantInnen hingegen nicht als Zielgruppe wahrgenommen, die es gezielt anzusprechen gilt, fehlt aus ökonomischer Sicht die Begründung für die Präsenz von MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund.

³⁹² Röben, Migrantinnen, S. 155.

³⁹³ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 85.

³⁹⁴ Hristozova-weiss, Yordanka: Ethno-Marketing: Werbung lernt Fremdsprachen. Im Internet: http://diepresse.com/home/panorama/integration/453488/EthnowbrMarketing_Werbung-lernt-Fremdsprachen (zuletzt eingesehen am 7.3.2014).

³⁹⁵ *Diversity Management*-Ansätzen ist unter *Diversity Management* ein eigenes Kapitel gewidmet. Dabei werden einige Modelle vorgestellt, des Weiteren wird Diversitätsmanagement im öffentlich-rechtlichen Rundfunk diskutiert.

³⁹⁶ Vgl. Bendl, Betrachtungen, S.101.

14 Argumentationsweisen für größere Diversität im journalistischen Personal

In diesem Kapitel werden mehrere Argumente für eine stärkere Repräsentanz von Personen mit Migrationshintergrund im journalistischen Personal erörtert. Zum Teil wurden diese Thesen bereits in vorhergehenden Kapiteln wie 5.3 *Ein- und Ausschlüsse in der Mediengesellschaft* und 6 *Die Wirkungsweisen der Massenmedien* erwähnt, an dieser Stelle werden sie noch einmal gebündelt dargestellt.

14.1 Gleiche Teilhabechancen für alle Teile der Gesellschaft

Ein grundlegendes Argument für die angemessene Repräsentation von ethnischen Minderheiten ist die Chancengleichheit. Einen Aspekt dieser gleichen Teilhabemöglichkeiten stellt im Modell der sozialstrukturellen Integration von Geißler der Zugang zu den wichtigsten Institutionen der Gesellschaft dar.³⁹⁷ Personen mit Migrationshintergrund sollten Zugang zu Berufen in der Verwaltung, Justiz, Wissenschaft, Polizei und eben auch in den Medienunternehmen eines Landes erhalten. Die Debatte über diese Teilhabechancen ist allerdings in der Öffentlichkeit noch weit weniger stark ausgeprägt als etwa jene über andere Aspekte der sozialstrukturellen Integration wie politische Teilhabe. Als Möglichkeit, diese Teilhabe von Seiten der Medienpolitik zu fördern, nennt Geißler das Beispiel Kanadas: Hier wurde die Vergabe von Sendelizenzen der TV-Medien an die Präsenz von Minderheiten im Medienpersonal geknüpft und dadurch wurden auf diesem Gebiet Erfolge erzielt.³⁹⁸

14.2 Identifikation durch Repräsentation in den Massenmedien

Ein weiteres Argument für die verstärkte Repräsentanz von Personen mit ausländischen Wurzeln in den Redaktionen der Medienunternehmen ist die demokratietheoretische Annahme, dass große Institutionen die Gesellschaft widerspiegeln sollten. Die Repräsentanz von Personen mit Migrationshintergrund in den Massenmedien wird als bedeutend angesehen, da man durch eine stärkere Präsenz auch eine höhere Identifikation mit der Gesellschaft annimmt: „Die kognitionsorientierte Fassung des Modells der Integration durch Repräsentation geht davon aus, dass die wahrgenommene Möglichkeit zur Artikulation

³⁹⁷ Vgl. Geißler, Integration, S. 50 ff.

³⁹⁸ Vgl. ebd., S. 53.

eigener Interessen bei den Akteuren zur Akzeptanz oder gar Unterstützung der gesellschaftlichen Struktur bzw. des politischen Systems führt.“³⁹⁹ Die Repräsentanz umfasst damit zwei Ebenen: Zum einen die Inhaltsebene, auf der Personen mit Migrationshintergrund in den Inhalten der Berichterstattung präsent sind beziehungsweise auch als RepräsentantInnen einer Gruppe zu Wort kommen, zum anderen die Produktionsebene, auf der Personen mit Migrationshintergrund als MedienproduzentInnen aktiv sind. Dass JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln hier zwangsläufig als VertreterInnen der MigrantInnen oder einer speziellen Community aktiv werden, wird in dieser Arbeit nicht angenommen, da die Ergebnisse früherer Studien dies widerlegten.⁴⁰⁰ Dennoch kann die Anwesenheit von RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln bereits auf symbolischer Ebene Wirkung zeigen, da „sich ethnische Minderheiten vom Programm dann eher angesprochen fühlen, wenn sie jemanden *aus ihren Reihen* wieder erkennen und *ihre* Themen angesprochen werden.“⁴⁰¹

Wie etwa die Public Value-Studie des *ORF* belegte, fühlen sich MigrantInnen in Österreich in den Inhalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gegenwärtig zu wenig repräsentiert, was dazu führt, dass sich diese nicht als Teil der Gesellschaft in den Medien wahrnehmen.⁴⁰²

14.3 Medienkommunikation als Teil von Bürgerschaft

Ein weiteres Argument wurde bereits mit der Vorstellung des Modells des Cultural Citizenship thematisiert: Die Ansicht, dass die Teilhabe an kulturellen Produktionsprozessen ein Teil von Bürgerschaft ist und die Kommunikation über Massenmedien dementsprechend als Teil von Staatsbürgerschaft interpretiert werden kann. Klaus und Lünenborg verorten diese kulturelle Teilhabe vor allem über die Medien. Cultural Citizenship beinhaltet demnach „Ansprüche auf *Teilhabe*, die den Mitgliedern des vermeintlich passiven und als uniforme Masse gedachten Publikums eine Stimme verleihen und ihren aktiven Anteil am Ringen um Bedeutungen in der Mediengesellschaft zum Ausdruck bringen.“⁴⁰³ Somit sind Partizipation am öffentlichen Diskurs über die Massenmedien und die Repräsentation einer Minderheit in den Medien zentrale Aspekte für die Teilhabe an Gesellschaft. Diese Teilhabe wird in den

³⁹⁹ Vlašić, Integrationsfunktion, S. 161.

⁴⁰⁰ Vgl. Stradner, Mehrheit.

⁴⁰¹ Wolf, Integration, S. 283.

⁴⁰² Vgl. Hausjell, Endbericht.

⁴⁰³ Vgl. Klaus und Lünenborg, Citizenship, S. 202.

meisten Fällen symbolisch sein: Eine türkische Fernsehmoderatorin kann für türkische MigrantInnen die Repräsentation ihrer Gruppe darstellen, dass sie diese aber auch inhaltlich vertritt oder sich als „Anwältin“ dieser sieht, ist damit nicht gesagt.

14.4 JournalistInnen mit Migrationshintergrund als *Role Models*

Ein weiteres Argument, das in Zusammenhang mit einer stärkeren Beteiligung von Minderheitenangehörigen am medialen Produktionsprozess häufig vorgebracht wird, ist die Annahme, dass Personen mit Migrationshintergrund in prominenten medialen Positionen eine Vorbildwirkung erzeugen könnten: „Einerseits ist es für alle Bürger der Einwanderungsgesellschaft wichtig, dass sie im Fernsehen gespiegelt bekommen wie sich ihr Lebensumfeld verändert und weiterentwickelt. Andererseits hat visuelle Repräsentanz auch speziell für die Gruppe der Menschen mit Zuwanderungsgeschichte eine Bedeutung, da sie sich in Vorbildern wieder erkennen und sich dadurch auch in ihrer neuen gesellschaftlichen Umgebung akzeptiert fühlen.“⁴⁰⁴

Vlašić hält die Annahme der Wirkung von *Role Models* durchaus für nachvollziehbar, da durch die Präsenz von MigrantInnen in prominenten Positionen alte Rollenmuster durchbrochen werden könnten.⁴⁰⁵ Eine Journalistin mit Migrationshintergrund, die den Sprung in den Mainstream-Journalismus geschafft hatte, vermutete etwa eine Abschreckung von Personen mit Migrationshintergrund durch fehlende Vorbilder: „Es ist vielleicht, dass sich Migranten – dadurch, dass sie keine Vorbilder haben – eh nicht eingeladen fühlen, da mitzumachen und es gar nicht versuchen.“⁴⁰⁶ Umgekehrt könnten Personen mit Migrationshintergrund in prominenten Positionen der Massenmedien dazu ermutigen, sich für Jobs in Medienunternehmen zu bewerben.

14.5 MigrantInnen als Zielgruppe der Medien

Personen mit Migrationshintergrund stellen in Österreich 20 Milliarden Euro Kaufkraft – das sind 13,5 Prozent des gesamten Volumens im Land.⁴⁰⁷ Im Jahr 2012 hatten 18,9 Prozent der österreichischen Bevölkerung einen Migrationshintergrund. Gerade für Österreichs

⁴⁰⁴ Wolf, Integration, S. 244.

⁴⁰⁵ Vgl. Vlašić, Integrationsfunktion, S. 162.

⁴⁰⁶ Stradner, Mehrheit, S. 110.

⁴⁰⁷ Vgl. ORF: Migranten stellen 13,5 Prozent der Kaufkraft. Im Internet: <http://oesv1.orf.at/stories/463188> (zuletzt eingesehen am 8.3.2014).

Medienunternehmen, die mit immer mehr nationaler und internationaler Konkurrenz zu kämpfen haben, wären dies zwei wirtschaftliche Gründe, um sich der Zielgruppe der MigrantInnen zu widmen. Im Kapitel *Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund* wurde bereits geschildert, dass ein solcher Fokus in den österreichischen Medien vielfach fehlt. Eine Studie von Zauner bestätigt diesen Befund: 42,5 Prozent der befragten VerantwortungsträgerInnen österreichischer Medienunternehmen gaben darin an, MigrantInnen würden keine beziehungsweise eher keine Zielgruppe ihres Mediums sein. Eine fehlende Orientierung auf MigrantInnen wurde unter anderem mit fehlenden empirischen Daten zu diesen Personen begründet.⁴⁰⁸ Tatsächlich stimmt dieser Befund gerade für die TV-Medien: So werden MigrantInnen-Haushalte etwa nicht im *Teletest* ausgewiesen.⁴⁰⁹

Während Österreichs Medienunternehmen häufig keinen Fokus auf MigrantInnen legen, wird Ethno-Marketing an anderer Stelle immer mehr zum Thema. Argumente für eine gezielte Ansprache von MigrantInnen als Zielgruppe sind für die Ethno-Marketing-Agentur „Brainworker“ ökonomische Faktoren wie Neukundengewinnung oder eine Maximierung des Gewinns. Daneben werden aber auch die Imagepflege und die Verantwortung von Unternehmen als Argumente für eine Zielgruppenorientierung auf Personen mit Migrationshintergrund genannt.⁴¹⁰

Wollten österreichische Medien MigrantInnen besser erreichen, wäre die Repräsentanz von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund wohl von Vorteil. Journalistisches Personal könnte gerade in der Themenfindung und in der gezielten Ansprache von Personen mit Migrationshintergrund positive Effekte erzeugen.⁴¹¹

14.6 Faire Berichterstattung durch diverse Redaktionen

In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit angemessener Teilhabe von JournalistInnen mit Migrationshintergrund wird vielfach ein Zusammenhang zwischen der Zusammensetzung der Redaktionen und den Inhalten der Medienberichterstattung angenommen. Die Annahme positiver Auswirkungen aufgrund von mehr ethnischer

⁴⁰⁸ Vgl. Zauner, *Zuwanderung*, S. 448 ff.

⁴⁰⁹ Vgl. Oberösterreichische Nachrichten: *Teletest: Der österreichische Reichweiten-Test wird heuer 20 Jahre alt*. Im Internet: <http://www.nachrichten.at/nachrichten/kultur/Teletest-Der-oesterreichische-Reichweiten-Test-wird-heuer-20-Jahre-alt;art16,643880> (zuletzt eingesehen am 23.01.2014).

⁴¹⁰ Vgl. Brainworker: *7 Gründe für Ethno-Marketing*. Im Internet: <http://www.brainworker.at/Ethnomarketing/7-Gründe.html> (zuletzt eingesehen am 8.3.2014).

⁴¹¹ Vgl. Iglesias, *Migrant-Journalisten*, S. 74.

Diversität in den Medienunternehmen findet sich etwa bei Fleras: „Not only are different perspectives brought into play by diversity-sensitive newscasting, but minority-hires also provide the quantification to comply with employment equity (affirmative action) initiatives“⁴¹². Fleras gibt aber sehr wohl zu bedenken, dass für Veränderungen in der Berichterstattung auch die Strukturen der Nachrichtenberichterstattung überdacht werden müssten.

In zahlreichen anderen Studien wird dagegen der Einfluss von Minderheiten-JournalistInnen auf die Berichterstattung hinterfragt. Wilson etwa ortet eine „illusion of inclusion“⁴¹³: JournalistInnen, die selbst aus einer Minderheit stammen, würden sich an die bestehenden Normen im Journalismus anpassen und entsprechend zu Geschichten ermutigt, die wiederum die gängigen – von der Mehrheit geprägten – Werte reproduzieren. Nishikawa (et al.) haben sich in ihrer Studie damit beschäftigt, wie Minderheiten-JournalistInnen ihre Rolle in den Redaktionen wahrnehmen. Sie kommen zu dem Schluss, dass sich die JournalistInnen vielfach an die gängigen Normen anpassen und sich nicht als „AnwältInnen“ ihrer Community sehen: „This finding strengthens the notion that minority journalists must leave their racial identity at the newsroom’s doorstep“⁴¹⁴. Daneben stellten die StudienautorInnen aber auch bei einzelnen JournalistInnen die Bereitschaft fest, ihre Erfahrungen als Teil einer Minderheit auch in die Berichterstattung miteinfließen zu lassen. So gelangen Nishikawa (et al.) zu ihrer Hypothese, dass sich Vielfalt in den Redaktionen durchaus auf die Berichterstattung auswirken könnte, allerdings nur bei Erreichen einer bestimmten kritischen Masse an Minderheiten-JournalistInnen. „Diversifying the newsroom is not merely a symbolic gesture, nor is it simply a matter of providing employment opportunities for minority journalists. Rather, diverse newsrooms have the potential to transform the stereotypical, two-dimensional portrayals of minority communities into more accurate, multi-layered depictions. A critical mass of minority journalists committed to that goal, however, is necessary to bring about that transformation.“⁴¹⁵

Daraus ergibt sich die Annahme, dass mehr Diversität in den Redaktionen der Medienunternehmen keineswegs automatisch zu einer veränderten – minderheitenfreundlicheren – Berichterstattung führt. Vielmehr dürfte diese von den individuellen Einstellungen und der Dominanz gängiger journalistischer Normen in den

⁴¹² Fleras, News Paradigm, S. 209.

⁴¹³ Vgl. Wilson, Clint: Black journalists in paradox: Historical perspectives and current dilemmas. New York 1991.

⁴¹⁴ Nishikawa, Interviewers, S. 254.

⁴¹⁵ Ebd., S. 255.

Redaktionen abhängen. Mit einer entsprechenden Anzahl an RedakteurInnen mit Migrationshintergrund – so die Annahme – könnten die von der Mehrheit dominierten Strukturen und Normen in den Redaktionen der Medienunternehmen aber aufgebrochen werden.

15 Formen der Teilhabe von Minderheiten am Medienproduktionsprozess

Die vorangegangenen Kapitel thematisierten Barrieren für JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln und Argumente für eine bessere Repräsentanz in den Massenmedien. In diesem Kapitel werden mehrere Formen der Förderung von Personen mit Migrationshintergrund diskutiert und dabei wird auf mögliche Vorteile und Probleme eingegangen. Im Folgenden werden die Aspekte *Quotenpolitik, Plattformen und Nischenredaktionen, Förderung in Trainings und Hochschulen und Jobausschreibungen unter Berücksichtigung von Personen mit Migrationshintergrund* untersucht.

15.1 Quotenpolitik

Bei der Förderung mittels Quoten handelt es sich um den wohl umstrittensten Ansatz zur Integration von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in Mainstream-Medien. Diese Vorgangsweise wird etwa beim öffentlichen-rechtlichen Rundfunk in Großbritannien erfolgreich eingesetzt, erfährt allerdings in der Praxis oftmals heftige Kritik, begründet mit dem Argument, dass eine solche Vorgangsweise nicht zwangsläufig die besten KandidatInnen bevorzuge und Konflikte innerhalb der Unternehmen schüre.⁴¹⁶ In einer Studie von Zauner waren 89 Prozent der befragten VerantwortungsträgerInnen österreichischer Medienunternehmen gegen eine Quote. Die Begründung lautete, dass die Qualität zähle und nicht die Herkunft.⁴¹⁷

Das Vorbild zum Thema Quotenförderung von Personen mit Migrationshintergrund ist die britische *BBC*. Hier sind zahlenmäßige Vorgaben eines der wichtigsten Instrumente in der Diversity-Strategie. Die Statistik des Unternehmens zeigt, dass diese Initiative mithilfe vorgeschriebener Zahlen bei der Förderung von Minderheiten bisher erfolgreich war.⁴¹⁸ In den USA hat die Erfassung des Minderheiten-Anteils bereits eine lange Tradition: Die *American Society of News Editors* erhebt jährlich, wie hoch der Anteil der *minority journalists* in den Zeitungsredaktionen ist. Im Jahr 2013 lag dieser Anteil bei 12,37

⁴¹⁶ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 95 f.

⁴¹⁷ Vgl. Zauner, Zuwanderung, S. 465.

⁴¹⁸ Eine ausführliche Darstellung der Diversity-Strategie der BBC findet sich im Kapitel 18 Diversity Management-Strategien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im europäischen Vergleich.

Prozent.⁴¹⁹ Während die Beteiligung von Minderheiten-JournalistInnen seit Beginn der Erhebung im Jahr 1978 bis zum Jahr 2000 um fast 8 Prozent gestiegen war, ist der Anteil von 2002 bis heute beinahe konstant (zwischen 12 und 13 Prozent) geblieben. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob eine derartige Erhebung in der Gegenwart noch ein zeitgemäßes Instrument darstellt, um Diversität in Medienunternehmen zu fördern.

15.2 Plattformen und Nischenredaktionen

In Österreich haben sich in den vergangenen Jahren Initiativen zur Förderung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in Mainstream-Medien formiert. Zu den ersten Initiativen dieser Art in Österreich zählte die Migrationsseite der Tageszeitung *Die Presse*, die gemeinsam mit dem Verein *M-Media* ins Leben gerufen, mittlerweile aber eingestellt wurde. Von Jänner 2007 bis Dezember 2012 wurde in der Tageszeitung *Die Presse* dem Themenbereich Migration und Integration jede Woche eine Seite gewidmet. Im Dezember 2012 wurde die Kooperation allerdings beendet – begründet wurde dies mit Einsparungen auf Seiten der *Presse*.⁴²⁰ Das Projekt hatte durchaus Erfolge gebracht: Durch die Kooperation gelang es etwa JournalistInnen mit Migrationshintergrund, Teil der Redaktion der *Presse* zu werden.⁴²¹ Der Verein *M-Media*, der die Initiative begründete, machte daneben auch in zahlreichen anderen Aktionen auf die Integration von Personen mit Migrationshintergrund in die österreichischen Redaktionen aufmerksam. Das Ziel des Vereins ist es, „die Bilder von Migrantinnen und Migranten und den sie betreffenden Themenfeldern durch aktive Teilnahme der Betroffenen am Kommunikationsprozess der Mainstream Medien umfassend und zunehmend mitzugestalten.“⁴²²

Die Plattform *dastandard.at* ist ein Ableger von *derstandard.at* und wird ausschließlich von JournalistInnen mit Migrationshintergrund betreut. Die Themenauswahl dieser Plattform beschränkt sich weitgehend auf minderheitenspezifische Themen. Entgegen dem oftmals vorgebrachten Vorwurf, derartige Plattformen würden lediglich dazu beitragen, Personen mit Migrationshintergrund in Nischen zu drängen, will die Plattform *dastandard.at* laut eigenem

⁴¹⁹ Vgl. ASNE: Minority employment in daily newspapers. Im Internet: <http://asne.org/content.asp?pl=140&sl=129&contentid=129> (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

⁴²⁰ Akinyosoy, Clara: Die letzte Integrationsseite – es war uns eine Pflicht. Im Internet: http://diepresse.com/home/panorama/integration/1327198/Die-letzte-Integrationsseite_Es-war-uns-eine-Pflicht (zuletzt eingesehen am 12.12.2013).

⁴²¹ Ebd.

⁴²² M-Media: Der Verein. Im Internet: <http://www.m-media.or.at/verein/ueber-uns/&sid=c3e0eea40063eaa9215885a9d159ff5f> (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

Selbstverständnis Durchlässigkeit in Richtung Mainstream schaffen, womit JournalistInnen mit Migrationshintergrund in weiterer Folge bei entsprechender Qualifikation auch für die Plattform *derstandard.at* arbeiten könnten.⁴²³ Neben diesen Plattformen existieren auch Minderheitenredaktionen, die sowohl JournalistInnen mit Migrationshintergrund fördern als auch als eine Art „Spezialredaktion“ fungieren. Als solche begreift sich etwa die Minderheitenredaktion des *ORF*, in der hauptsächlich Personen mit Migrationshintergrund und anerkannte Minderheiten tätig sind. Die Minderheitenredaktion will aber keineswegs auf ein Nischenprodukt reduziert werden, sondern versteht sich als Abteilung für SpezialistInnen im Bereich der Migration und Integration von MigrantInnen und anerkannten Minderheiten.⁴²⁴ Die Gefahr solcher Institutionen besteht sicherlich darin, kaum Durchlässigkeit in andere Redaktionen des Unternehmens zu ermöglichen. Diese Annahme wurde durch die Angaben eines Redakteurs der Minderheiten-Redaktion bestätigt: Dieser hatte kaum Möglichkeiten erlebt, in andere Redaktionen des *ORF* wechseln zu können.⁴²⁵

15.3 Förderung in Trainings und Hochschulen

Ein weiterer Zugang, um JournalistInnen mit Migrationshintergrund zu fördern, besteht in eigens dafür angelegten Workshops oder JournalistInnenschulen. Ein Beispiel hierfür ist die Talentwerkstatt des Westdeutschen Rundfunk *WDR Grenzenlos* – damit sollen junge Personen mit Migrationshintergrund für den Beruf des/der JournalistIn gerüstet werden, einzelne TeilnehmerInnen würden in weiterer Folge auch nach dieser Ausbildungszeit für den *WDR* tätig sein.⁴²⁶ Beim österreichischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk *ORF* wurden vergleichbare Initiativen bisher nicht angedacht – Talentschmieden für Personen mit Migrationshintergrund werden hier mit dem Argument der Ghettoisierung abgelehnt.⁴²⁷

Neben eigenen Schulungen für angehende JournalistInnen mit Migrationshintergrund wird auch der Ruf nach einer Förderung an den Journalismus-Studiengängen der Universitäten und Fachhochschulen immer lauter. Ein derartiger Projektentwurf am Institut für Journalistik in Dortmund hatte das Ziel, Diversität in der JournalistInnenausbildung zu fördern. Mehrere Faktoren wurden hier als entscheidend für eine interkulturelle JournalistInnen-Ausbildung

⁴²³ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 96 f und S.123 f.

⁴²⁴ Vgl. ebd., S. 105.

⁴²⁵ Vgl. ebd., S. 105.

⁴²⁶ Eine ausführliche Darstellung der Initiativen des WDR findet sich im Kapitel 18 Diversity Management-Strategien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im europäischen Vergleich.

⁴²⁷ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 89.

festgemacht: die Förderung der Teilhabe von Studierenden mit Migrationshintergrund, die Steigerung der interkulturellen Kompetenz von Studierenden und Lehrenden aus der Mehrheitsbevölkerung und eine entsprechende Veränderung des Curriculums. Röben, die dieses Projekt erarbeitet hat, schlägt als Maßnahme für eine interkulturelle JournalistInnenausbildung vor, den *Umgang mit Differenzen* in den verschiedensten Bereichen des Studiums zu integrieren.⁴²⁸

15.4 Jobausschreibungen unter Berücksichtigung von Personen mit Migrationshintergrund

Ein weiteres Instrument zur Förderung des Anteils von Personen mit Migrationshintergrund sind Stellenanzeigen, in denen darauf hingewiesen wird, dass BewerberInnen mit Migrationshintergrund bei gleicher Qualifikation bevorzugt ausgewählt werden. Das Ziel dieser Initiativen ist es, Personen zu erreichen, die sich ohne eine derartige Aufforderung möglicherweise nicht angesprochen fühlen. Dabei muss aber auch darauf geachtet werden, dass die Stellenanzeigen in Medien geschaltet werden, die eine große Anzahl an Personen mit ausländischen Wurzeln erreichen.⁴²⁹ Beim deutschen öffentlich-rechtlichen Sender *WDR* wird eine derartige Einstellungspraxis gepflegt, indem man RedakteurInnen mit Migrationshintergrund bei gleicher Qualifikation bevorzugt einstellt.⁴³⁰

⁴²⁸ Vgl. Röben, Bärbel: Umgang mit Differenzen als Schlüsselqualifikation. Projekte zur Einführung einer interkulturellen Perspektive in die JournalistInnenausbildung. In: Die Zukunft der Kommunikationsberufe. Ausbildung, Berufsfelder, Arbeitsweisen. Hg. v. Kurt Neubert und Helmut Scherer. Konstanz 2004. S. 265-275.

⁴²⁹ Vgl. Sauer, Martin und Schmidt, Andrea: Strategien und Instrumente der Personalentwicklung zur Interkulturellen Öffnung. In: Interkulturelle Öffnung. Ein Lehrbuch. Hg. v. Christiane Griesse und Helga Marburger. München 2012. S. 79-92. S. 87.

⁴³⁰ Vgl. Wolf, Integration, S. 224.

16 Verbindungen zur kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung

Werden Barrieren unter dem Aspekt einer gewissen Kategorie – wie hier die Herkunft – untersucht, ist es naheliegend, die Forschung zu einer anderen Diversitätsdimension ins Blickfeld zu nehmen. Für diese Betrachtung wird hier die Dimension Gender aufgegriffen. Der Exkurs zur kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung bietet sich aber nicht nur aufgrund des Vergleichs innerhalb des Berufsfeldes an, sondern lässt sich darüber hinaus mit den Charakteristika der Zuschreibungen Gender und Ethnizität begründen.

Gemeinsamkeiten zwischen der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zu Frauen im Journalismus und JournalistInnen mit Migrationshintergrund ergeben sich zuallererst aufgrund ähnlicher Schwierigkeiten bezüglich der Ausgangsdaten. Was sich heute noch für die kommunikationswissenschaftliche Forschung zu JournalistInnen mit Migrationshintergrund festhalten lässt, galt in den 1970er-Jahren auch für die Geschlechterforschung – die ersten deutschsprachigen Initiativen zur Frauenförderung in der Medienbranche waren mit einer fehlenden Datenbasis konfrontiert: „Das erste Problem, auf das diese Frauen stießen, war, daß (sic!) es keinerlei gesichertes Datenmaterial zum Anteil der Frauen im Beruf insgesamt, in den einzelnen Sendeanstalten, Ressorts oder Besoldungsgruppen insbesondere gab.“⁴³¹

Mit den ersten repräsentativen Befragungen von Journalistinnen und Journalisten in Deutschland wurde die Unterrepräsentanz von Journalistinnen in deutschen Medienunternehmen unbestreitbar.⁴³² Während in den Studien der 1970er-Jahre ein Frauenanteil von etwa 20 Prozent festgemacht wurde, lag er Ende der 1990er-Jahre in Deutschland bereits bei rund 30 Prozent. In Österreich verdoppelte sich der Frauenanteil im Journalismus von der Erhebung im Jahr 1986 bis zum Jahr 2007. Während der Frauenanteil in den österreichischen Medienunternehmen Mitte der 1980er-Jahre noch bei rund 20 Prozent lag, waren im Jahr 2007 42 Prozent der JournalistInnen in Österreich weiblich.⁴³³ Diese beträchtliche Steigerung des Frauenanteils wird sowohl für Deutschland als auch für Österreich vorrangig mit der Einführung des dualen Rundfunksystems begründet.⁴³⁴

⁴³¹ Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Wiesbaden 1998. S. 151.

⁴³² Vgl. ebd., S. 153.

⁴³³ Kaltenbrunner, Andy [u.a.]: Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. Eine repräsentative Befragung. Wien 2008. S. 77 ff.

⁴³⁴ Vgl. Klaus, Geschlechterforschung, S. 161.

Vgl. Kaltenbrunner, Journalisten-Report II.

Umstritten ist das Argument, der Frauenanteil sei aufgrund einer stärkeren Zielgruppenfokussierung auf Frauen gestiegen. Vor allem der höhere Frauenanteil bei privaten Sendeanstalten wird häufig auf vermeintliche Zielgruppenstrategien zurückgeführt. Elisabeth Klaus regt allerdings an, diese Tendenz auf lange Sicht zu beobachten, da der vergleichsweise hohe Frauenanteil bei privaten Sendeanstalten einen kurzfristigen Trend darstellen könnte.⁴³⁵ Die quantitativen Verbesserungen können allerdings nicht über die ungleiche Positionierung von Männern und Frauen in Medienunternehmen hinwegtäuschen. Dabei zeichnen sich zwei Phänomene ab: die *vertikale Segregation* und die *horizontale Segregation*.⁴³⁶ *Vertikale Segregation* beschreibt die fehlende Integration von Journalistinnen in höheren Positionen. *Horizontale Segregation* meint das Fehlen von Frauen in den zentralen Ressorts der Medienunternehmen, wobei letzteres bereits innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung relativiert wurde.⁴³⁷ Der Befund der *vertikalen Segregation* ist für die Forschung zu Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund ebenso bedeutsam wie die Befunde zu den Rekrutierungsformen:

„Für die Vergabe von Ressourcen und Personalentscheidungen wichtige Informationen werden über informelle Kanäle transportiert, zu denen Journalistinnen jedoch weniger Zugang haben als Männer.“⁴³⁸

Auf die große Macht von Netzwerken haben Frauen wie auch MigrantInnen mit eigenen Seilschaften reagiert. Die Durchsetzungskraft dieser Zusammenschlüsse wird allerdings als wesentlich geringer eingeschätzt als jene bereits etablierter Netzwerke. Seilschaften von Minderheiten würden demnach „egalitäre ‚Überlebensgemeinschaften‘“⁴³⁹ darstellen.

Ein weiterer Aspekt, der sowohl in der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung als auch in den Untersuchungen zu JournalistInnen mit Migrationshintergrund in Medienberufen des Öfteren Erwähnung findet, ist die Annahme eines spezifischen Herangehens an Themen. Dabei wird häufig unterschätzt, dass sowohl Journalistinnen als auch Personen mit Migrationshintergrund mit dem Einstieg in die Medienbranche in gewachsene Strukturen eintreten, die sich durch spezifische Machtverhältnisse auszeichnen. Um innerhalb dieses Systems bestehen zu können, müssen sich Angehörige einer Minderheit zumeist den dominanten Regeln anpassen.⁴⁴⁰ Damit sinkt

⁴³⁵ Vgl. Klaus, Geschlechterforschung, S. 161.

⁴³⁶ Vgl. ebd., S. 162 ff.

⁴³⁷ Vgl. ebd., S. 167.

⁴³⁸ Vgl. ebd., S. 182.

⁴³⁹ Ebd., S. 183.

⁴⁴⁰ Vgl. Nishikawa, Interviewers, S. 254 f.

die Wahrscheinlichkeit, dass diese Personen alternative Herangehensweisen wagen. Susanne Keil hält in diesem Zusammenhang für Medienfrauen in Führungspositionen fest: „So haben die Inhaberinnen von Leitungsfunktionen vermutlich eine lange und intensive berufliche Sozialisation hinter sich, die mit einem besonderen Anpassungsprozess an etablierte journalistische Standards und Routinen verbunden war.“⁴⁴¹

Die führt zur Annahme einer Verdrängung von eigenen Identitätsmarkern zugunsten einer „professionalisierten“ Herangehensweise: Das Geschlecht oder die eigene Herkunft rücken im Arbeitsalltag in den Hintergrund, eine Art „professionalisierter Blick“⁴⁴² tritt dafür in den Vordergrund. Für diesen Befund sprechen auch Aussagen von in Österreich tätigen JournalistInnen mit Migrationshintergrund, die vielfach in ihrem beruflichen Wirken ihre Herkunft als unwesentlich betrachteten. Besonders häufig waren derartige Einstellungen unter jenen JournalistInnen, die sich besonders gut an das berufliche System angepasst zu haben schienen.⁴⁴³ Eine solche Argumentation kann nicht von einem neutralen Blick ausgehen, in dem Kategorien wie Geschlecht oder Herkunft völlig ausgelöscht sind: „Zu fragen bleibt vielmehr: Welches Geschlecht ist diesem Blick eingeschrieben? Ist der ‚professionalisierte Blick‘ statisch oder entwickelt er sich weiter – auch in Bezug auf sich verändernde soziale Geschlechterverhältnisse?“⁴⁴⁴ Schließlich ist zu hinterfragen, in wessen Definitionsmacht dieser „professionalisierte Blick“ liegt. Überwiegend weiße Männer prägten die Vorstellung der journalistischen Profession und etablierten die Deutung des Begriffs – und diese Deutung wird nach wie vor reproduziert.

Schließlich kann die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung auch in einem weiteren Punkt aufschlussreich sein. So beschäftigt sich diese seit geraumer Zeit mit der Frage, ob und wie sich die personelle Zusammensetzung einer Redaktion auf die Medieninhalte auswirkt. Auch wenn KommunikationswissenschaftlerInnen bereits festgehalten haben, dass Vielfalt in der Redaktion zwar ein bedeutender aber nicht der einzige Faktor für minderheitenfreundliche Inhalte ist, gibt es in Bezug auf ethnische Diversität widersprüchliche Ergebnisse.⁴⁴⁵ Wohingegen die Geschlechterforschung bereits festgemacht

⁴⁴¹ Keil, Susanne: Medienfrauen in Führungspositionen. ‚Gibt es einen weiblichen Journalismus?‘ – revisited. In: Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Hg. v. Elisabeth Klaus [u.a.]. Wiesbaden 2001. S. 152.

⁴⁴² Lünenborg, Margret: Geschlecht als Analyseperspektive in der Journalismusforschung. Potenziale und Defizite. In: Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Hg. v. Elisabeth Klaus [u.a.]. Wiesbaden 2001. S. 137.

⁴⁴³ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 113 f.

⁴⁴⁴ Lünenborg, Geschlecht, S. 138.

⁴⁴⁵ Im Kapitel 14 Argumentationsweisen für größere Diversität im journalistischen Personal wird dieser Aspekt ausführlicher diskutiert.

hat, „dass allein von einer steigenden Anzahl von Journalistinnen keine grundlegende Veränderung in der medialen Repräsentation erwartet werden kann“⁴⁴⁶. Von größerer Bedeutung für die Inhalte dürften dagegen die Strukturen und Hierarchien innerhalb derer Frauen bzw. JournalistInnen mit Migrationshintergrund tätig sind. „Aus theoretischer Perspektive ist zu vermuten, dass die Organisationsstruktur der Medienbetriebe, die vertikale und horizontale Gliederung der Arbeitsprozesse sowie die geschlechtsspezifische Prägung dieser Strukturen, von Bedeutung für die Medieninhalte sind. (...) Eine Veränderung der Medieninhalte müsste also auch mit einer Veränderung der Organisationsstruktur – zumindest im Verantwortungsbereich der befragten Frauen – einhergehen.“⁴⁴⁷

16.1 Schlussfolgerungen für die kommunikationswissenschaftliche Forschung zu ethnischer Diversität

Die Entwicklung der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung lässt Ähnlichkeiten zur Forschung um JournalistInnen mit Migrationshintergrund erkennen und gibt dadurch Hoffnung für eine Verbesserung der Datenlage im Bereich ethnischer Diversität. In der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung trugen qualitative Studien zusätzlich zur Beleuchtung der Berufssituation und -rolle von Frauen in der Medienbranche bei.⁴⁴⁸ Diese Untersuchungen liefern auch für die Beschäftigung mit der Situation für JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln aufschlussreiches Material, werden hier etwa kommunikationswissenschaftliche Hypothesen wie die Annahme eines „professionalisierten Blicks“ von Journalistinnen untersucht und damit auch für die Forschung zu ethnischer Diversität in österreichischen Medienunternehmen greifbar gemacht.

Zweifelsohne dürfen die empirischen Befunde aus der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung nicht ohne Prüfung auf ihre Relevanz für die Integrationsforschung übernommen werden, die Argumentationslinien dieser Studien können jedoch auch hierfür von Nutzen sein. In jedem Fall sollte eine fundierte kommunikationswissenschaftliche Forschung zu „ethnischer Diversität“ in der Medienbranche auf einer Auseinandersetzung mit anderen Diversitätsdimensionen basieren, um ein breiteres Diversitätsverständnis zu erlangen und in der Argumentation rund um Berufsrolle und Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund Fehlschlüsse zu erkennen.

⁴⁴⁶ Keil, Medienfrauen, S. 148.

⁴⁴⁷ Ebd., S. 157.

⁴⁴⁸ Vgl. Klaus, Geschlechterforschung, S. 151 ff.

17 Diversity Management

17.1 Bedeutung von Diversität und Diversitätsmanagement

Der Begriff „Diversität“ ähnelt in seiner Bedeutungsvielfalt dem Begriff „Integration“. Auch für Diversität besteht keine einheitliche Definition, Hofmann bezeichnet „Diversität“ als „leeren Signifikanten“, „da der Begriff in unterschiedlichen Kontexten unterschiedlich belegt wird, Raum für alternative Konzepte, Perspektiven und Definitionen lässt, aber selbst nie abschließend bestimmbar ist.“⁴⁴⁹ Als Dimensionen von Diversität werden häufig Geschlecht, ethnische Herkunft, Alter, sexuelle Orientierung, Religion und Behinderung genannt. Daneben existieren aber noch weitere Systematiken, mit denen Diversitätsdimensionen kategorisiert werden.⁴⁵⁰ Etwa die Unterscheidung zwischen primären und sekundären Diversitätsdimensionen. Primäre Dimensionen sind solche, die bereits angeboren sind oder früh erlernt wurden, sekundäre werden erst später – etwa durch Erziehung – erworben. Des Weiteren können Diversitätsdimensionen auch aufgrund dessen unterschieden werden, ob sie organisationsintern oder –extern auftreten.

17.2 Entstehung von Diversitätsmanagement

Die USA können in Bezug auf Diversitätsmanagement als Vorreiter gesehen werden. Hier begann die Auseinandersetzung mit dem Thema bereits in den späten 1980er-Jahren. Als Anstoß für die Beschäftigung mit Diversitätsmanagement wird vor allem der demographische Wandel beziehungsweise die Aussicht auf diesen gesehen.⁴⁵¹ Der Workforce 2000 Report – eine Studie, die auf die demographischen Veränderungen bei ArbeitnehmerInnen und KundInnen hinwies – beschleunigte die Forschung auf dem Gebiet der Implementierung von Diversity-Maßnahmen in Organisationen.⁴⁵²

Auch in Europa entwickelten sich angesichts des demographischen Wandels, verstärkter Migration und veränderter Lebensbedingungen Diversity Management-Strategien in

⁴⁴⁹ Hofmann, Grundlagen, S. 30.

⁴⁵⁰ André Schulz liefert hierzu eine Systematik von Differenzierungsansätzen:

Vgl. Schulz, André: Strategisches Diversitätsmanagement. Unternehmensführung im Zeitalter der kulturellen Vielfalt. Wiesbaden 2009. S. 33 f.

⁴⁵¹ Vgl. ebd., S. 43 f.

⁴⁵² Vgl. Bendl, Regine [u.a.]: Diversität und Diversitätsmanagement: Ein vielschichtiges Thema. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Bendl, Regine [u.a.]. Wien 2012. S. 13.

Unternehmen. Die Anwendung von Diversitätsmanagement erweist sich in Österreich zum Teil noch als mangelhaft. Zwei Studien belegen, dass Diversity Management in vielen österreichischen Organisationen noch nicht in die Unternehmensstrategie integriert wurde. In einer Untersuchung von 40 österreichischen Unternehmen stellte Brunner fest, dass nur 15 Prozent Diversity Management in ihre Unternehmensstrategie integriert hatten; in einer Studie von Häuslschmid hatten 19 Prozent der großen österreichischen Firmen eine solche Strategie.⁴⁵³

Ursprünglich entwickelte sich Diversitätsmanagement aus einem Gleichheits-Gedanken: Ungleichheiten zwischen Personen mit unterschiedlichen Eigenschaften sollten ausgeglichen werden. Dieser Ansatz veränderte zuletzt aber stark zugunsten eines wirtschaftlich geprägten Diversitätsmanagement-Verständnisses: „Dadurch erfolgt – und dies ist auch eine Kritik an betriebswirtschaftlich orientierten ‚Diversitätsdiskursen‘ – die Behandlung von Ungleichheitsverhältnissen und Differenzierungspraktiken zunehmend losgelöst von Verteilungs- und Gerechtigkeitsdiskussionen und den damit verbundenen gesellschaftspolitischen Zielsetzungen, die mit den genannten Begriffen historisch verknüpft sind.“⁴⁵⁴

Ähnlich wie beim Terminus „Diversität“ fehlt auch für den Begriff „Diversitätsmanagement“ eine einheitliche Definition, vielmehr besteht auch hier eine Vielzahl von unterschiedlichen Ansätzen, die in der Folge vorgestellt werden. Das jeweilige Verständnis beziehungsweise die jeweilige Praxis von Diversitätsmanagement muss dabei im Zusammenhang mit dem Selbstverständnis der Unternehmen gesehen werden.

17.3 Ansätze für Diversity Management⁴⁵⁵

Die verschiedenen Zugänge zu Diversitätsmanagement unterscheiden sich vor allem dahingehend, inwiefern der wirtschaftliche Gedanke im Vordergrund steht beziehungsweise gleichheitsfördernde Ansätze dominant sind.

⁴⁵³ Vgl. Bendl, Regine [u.a.]: Austrian perspectives on diversity management and equal treatment: regulations, debates , practices and trends. In: International Handbook on Diversity Management on Work. Country Perspectives on Diversity and Equal Treatment. Hg. v. Alain Klarsfeld. Cheltenham 2010. S. 36.

⁴⁵⁴ Hofmann, Grundlagen, S. 30.

⁴⁵⁵ Vgl. Warmuth, Gloria-Sophia: Die strategische Implementierung von Diversitätsmanagement in Organisationen. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Bendl, Regine [u.a.]. Wien 2012. S. 206-210.

Im *Homogenitätsansatz* wird Diversität im Unternehmen nicht gelebt, vielmehr wird versucht sie zu ignorieren beziehungsweise zu unterdrücken.⁴⁵⁶ Das kann dazu führen, dass Diversität als solche nicht wahrgenommen wird.

Im *Fairness- und Antidiskriminierungsansatz* steht – anders als in den meisten anderen Ansätzen zu Diversitätsmanagement – nicht der wirtschaftliche Faktor im Vordergrund, sondern die Gleichbehandlung von MitarbeiterInnen, unabhängig von sozialen Zuschreibungen. Das Potenzial von Diversität innerhalb des Personals wird damit aber nicht genutzt.

Als Mittelweg zwischen *Homogenitätsansatz* und *Fairness- und Antidiskriminierungsansatz* machen Thomas und Ely einen weiteren Zugang – den *Lern- und Effektivitätsansatz* – fest. „Like the fairness paradigm, it promotes equal opportunity for all individuals. And like the access paradigm, it acknowledges cultural differences among people and recognizes the value in those differences.“⁴⁵⁷ Mit diesem Ansatz würde die Chancengleichheit gefördert, daneben würden die Unterschiede zwischen den ArbeitnehmerInnen genützt.

Anders als bei den bisher geschilderten Ansätzen wird schließlich im *Strategischen Verantwortungs- und Sensibilitätsansatz* auch das gesamtgesellschaftliche Umfeld mitberücksichtigt: „Neben der internen Ressourcenorientierung erfolgt auch eine externe Gesellschaftsorientierung, so dass im Sinne dieses Verständnisansatzes untersucht wird, wie sich Diversitätsmanagement einerseits auf die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen auswirken kann und inwiefern andererseits die gesellschaftlichen Nebenwirkungen dieser Managementkonzeption einen aktiven Beitrag zur Lösung der gesellschaftspolitischen Herausforderungen der Globalisierung leisten können.“⁴⁵⁸ Zusätzlich wird das Diversitätsmanagement im Unternehmen bei diesem Zugang auch in Zusammenhang mit den gesamten Unternehmenszielen gesehen.

17.4 Bedeutung der Diversitätsmanagement-Ansätze für Medienunternehmen

André Schulz verweist im Zusammenhang mit dem *Strategischen Verantwortungs- und Sensibilitätsansatz* auf den „gesellschaftlichen Beitrag des Diversitätsmanagements“: Die Wirkung von Maßnahmen im Zuge des Diversitätsmanagements könnten demnach auch

⁴⁵⁶ Vgl. ebd., S. 206 f.

⁴⁵⁷ Thomas, David A. und Ely, Robin J.: Making Differences Matter: A New Paradigm for Managing Diversity. In: Harvard Business Review on Managing People. September-October, S. 121-154. S. 139.

⁴⁵⁸ Vgl. Schulz, Diversitätsmanagement, S. 76.

außerhalb des Unternehmens ihre Wirkung entfalten. Umgekehrt wirken auch die Veränderungen der Umwelt auf Medienunternehmen, was eines der zentralen Argumente für mehr Diversität in Organisationen darstellt: „Nach dem Verständnis des Diversitätsmanagements ist es nunmehr eine elementare Aufgabe der Unternehmensführung, das Ausmaß der diversitätsbedingten Komplexität in den verschiedenen Kulturen und Märkten zu erfassen und innerhalb des Unternehmens abzubilden.“⁴⁵⁹

Was aus der Perspektive des Diversitätsmanagements generell für Unternehmen gilt, hat für Medienunternehmen – und hier insbesondere für audiovisuelle Medien – eine besondere Bedeutung. Die angenommene Wirkung von Diversity Maßnahmen auf die Umwelt wird hier um den Faktor der Sichtbarkeit verstärkt. Wird Diversität in anderen Unternehmen vor allem innerhalb der Organisation beziehungsweise bei gezielten Kampagnen sichtbar, so ist diese in audio-visuellen Medienunternehmen ein ständiger Faktor. Die RedakteurInnen sind Teil des Produkts, das Massenmedien anbieten; Diversität unter den MitarbeiterInnen wird dadurch zu einem Charakteristikum des Medienangebots. Durch dieses Spezifikum von audio-visuellen Medien können auch weitreichendere Folgen des Diversitätsmanagements angenommen werden als in Organisationen, die in anderen Bereichen tätig sind.

17.5 Nutzen von Diversitätsmanagement

Um den Effekt von Diversitätsmanagement darstellen zu können, müssen Kosten und Nutzen der Maßnahmen bekannt sein. Die Kosten zu ermitteln, stellt kein Problem dar – schwieriger ist es dagegen, den Nutzen von Diversitätsmanagement festzumachen: „Das Hauptproblem bei der Berechnung von Kosten- und Nutzerrelationen von Diversitätsmaßnahmen besteht nun darin, dass kurzfristig entstehende, leicht abbildbare Kosten dem zukünftigen potentiellen Nutzen von Diversität, der nur schwer prognostizierbar ist und vor allem in der Regel erst längerfristig zu Buche schlägt, gegenübersteht.“⁴⁶⁰

In einer Studie der Consultant-Firma Roland Berger wird davon ausgegangen, dass Diversitätsmanagement einen monetär bezifferbaren Vorteil für Unternehmen bringt. Als Erfolgsfaktoren werden hier etwa „Zugang zu neuen Märkten“, „höhere MitarbeiterInnen-Zufriedenheit“ und die „Positionierung als Wunscharbeitgeber“ genannt.⁴⁶¹ Alleine durch die

⁴⁵⁹ Schulz, Unternehmensführung, S. 101.

⁴⁶⁰ Mensi-Klarbach, Heike: Der Business Case für Diversität und Diversitätsmanagement. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Bendl, Regine [u.a.]. Wien 2012. S. 301.

⁴⁶¹ Roland Berger Strategy Consultants, Dream-Team.

„Positionierung als Wunscharbeitgeber“, womit etwa „geringere Fluktuation“ einhergeht, könnte die deutsche Industrie – laut den Berechnungen der Consultant-Firma – pro Jahr 20,8 Milliarden Euro einsparen.

Auch eine groß angelegte Studie der Europäischen Kommission beschäftigte sich mit Nutzen und Kosten von Diversity Management beziehungsweise der Wirtschaftlichkeit der entsprechenden Maßnahmen. Die hier festgestellten Indikatoren für den Nutzen von Diversität decken sich zum Teil mit jenen aus der Roland Berger-Studie. Eine Kostenersparnis wird hier ebenfalls durch eine geringere MitarbeiterInnen-Fluktuation gesehen. Diese Kosteneinsparungen sind ein Faktor, der zu „kurz- und mittelfristigen Verbesserungen der Wirtschaftsleistungen“ beitragen kann. Daneben werden weniger Engpässe beim Personal, der Zugang zu neuen Märkten und eine bessere Leistung auf den bereits bestehenden Märkten erwartet.⁴⁶² Langfristig werden zudem positive Auswirkungen bei *Humankapital* und *Organisationskapital* angenommen. Mensi-Klarbach stellt allerdings fest, dass die in der Studie dargestellten Indikatoren immer nur Annahmen sind, „wie sich Diversitätsmanagement auf Unternehmensprozesse auswirken kann“⁴⁶³.

17.6 Problemstellungen und Kritik am Umgang mit Diversität und Diversitätsmanagement

Im Zusammenhang mit der Beschäftigung mit Diversität lassen sich einige Problemstellungen festmachen: Ein Problem stellen *Kategorisierungen* dar. Bei der Feststellung von Diversität in Unternehmen werden automatisch Kategorien gebildet, wie etwa die der Frauen, MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund oder der älteren ArbeitnehmerInnen. Dadurch, dass ArbeitnehmerInnen diesen Kategorien zugeordnet werden, können die Zuschreibungen reproduziert und verfestigt werden.⁴⁶⁴ Hofmann weist außerdem darauf hin, dass bei derartigen Kategorisierungen tendenziell die Minderheit mit dem Stempel „Diversität“ versehen wird: „So werden mit der Kategorie ‚Alter‘ häufig nur ‚ältere‘ Personen adressiert, nicht jedoch ‚jüngere‘ und mit der Kategorie ‚sexuelle Orientierung‘ zumeist nur homosexuelle Menschen in Verbindung gebracht und nicht heterosexuelle, obwohl beide Gruppen über ein ‚Alter‘ bzw. über eine ‚sexuelle Orientierung‘ verfügen.“⁴⁶⁵

⁴⁶² Mensi-Klarbach, Business Case, S. 308.

⁴⁶³ Ebd., S. 311.

⁴⁶⁴ Vgl. Hofmann, Grundlagen, S. 31 f.

⁴⁶⁵ Ebd., S. 32.

Ein rein betriebswirtschaftlicher Fokus auf Diversitätsmanagement kann derartige Kategorisierungen aus Sicht von Hofmann verstärken: Die Differenzierung in verschiedene Gruppen erscheint aus seiner Sicht nützlich, um feststellen zu können, welche Vorteile beziehungsweise welchen Nutzen Diversität bringt.

Des Weiteren besteht im rein betriebswirtschaftlich ausgerichteten Diversitätsmanagement die Gefahr, den Fokus lediglich auf die Nützlichkeit der Maßnahmen zu richten. Treten dabei die individuellen Bedürfnisse der ArbeitnehmerInnen in den Hintergrund, könnten die Maßnahmen fehlschlagen und die gegenteilige Wirkung erzielen: nämlich eine größere Unzufriedenheit unter den MitarbeiterInnen und damit einhergehend eine größere Fluktuation. Generell scheint es für die erfolgreiche Implementierung von Diversity-Maßnahmen maßgeblich, sowohl die betriebswirtschaftliche als auch die Ebene der Chancengleichheit miteinzubeziehen. Damit ergibt sich ein authentisches Verhältnis von Verantwortung gegenüber den MitarbeiterInnen und Fokus auf den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens.

17.7 Diversitätsmanagement in Medienunternehmen

Welche Aufgaben Unternehmen in der Gesellschaft zukommen, ist ein umstrittenes Thema. Auch in Zusammenhang mit Diversitätsmanagement wird dieser Aspekt kontrovers diskutiert. Während VertreterInnen des Share Holder Value-Ansatzes der Ansicht sind, dass es die zentrale Aufgabe von Unternehmen ist Gewinn zu schaffen, fordern BefürworterInnen des Stakeholder-Ansatzes dagegen eine soziale Verantwortung der Organisationen ein.⁴⁶⁶

Wird Unternehmen generell aus der Sicht des Diversity Managements eine Verantwortung gegenüber ihrer Umwelten zugeschrieben, so sind Medienunternehmen hier im Speziellen hervorzuheben. Massenmedien werden durch ihre Funktionsweise gewisse gesellschaftsrelevante Funktionen aufgetragen, was allerdings nicht auf den konkreten Umgang der einzelnen Medienunternehmen mit Diversität schließen lässt. In der Aufgabenformulierung an Massenmedien muss wiederum zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Medien unterschieden werden: Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten werden durch den Programmauftrag – etwa in Bezug auf interkulturelle Verständigung – spezielle Aufgaben zuteil.⁴⁶⁷ Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Österreich ist etwa durch den

⁴⁶⁶ Vgl. Schulz, Diversitätsmanagement, S. 158 ff.

⁴⁶⁷ Vgl. Wolf, Integration, S. 97 ff.

Programmauftrag „der Vielfalt von Interessen von Minderheiten verpflichtet.“⁴⁶⁸ Privaten Unternehmen werden derartige Aufgaben nicht zugeschrieben, begründet wird dies mit dem dualen System: „Danach hat das privatwirtschaftlich organisierte Fernsehen, das primär auf kommerziellen Gewinn ausgerichtet ist, nicht vorrangig den Menschen und die Gesellschaft im Auge, sondern orientiert sich als ein Wirtschaftsunternehmen an Angebot und Nachfrage.“⁴⁶⁹ Folgt man allerdings der Argumentation der BefürworterInnen des Stakeholder-Ansatzes sollten auch private Unternehmen neben der Gewinnmaximierung die soziale Verantwortung im Fokus haben – was sich sowohl in der aktiven Förderung von Diversität innerhalb der Belegschaft als auch in der verantwortungsvollen Haltung gegenüber der Umwelt zeigt.⁴⁷⁰

Es lässt sich demnach feststellen, dass Massenmedien – als Unternehmen – Diversitätsmanagement durchaus in ihre Strategie implementieren können. Dabei muss berücksichtigt werden, dass sich die Wirkungen der Maßnahmen naturgemäß von Unternehmen, die in anderen Branchen agieren, unterscheiden dürften. Dies wirkt sich letztlich auch auf das Potenzial der Diversity Strategien aus, da Massenmedien per se Öffentlichkeit herstellen und diese auch im Sinne einer diversitätsbewussten Ausrichtung nutzen können.

Zu einer solchen Strategie bekennt sich die britische *BBC*. In einer „Diversity Strategy“ setzt sich der britische öffentlich-rechtliche Rundfunk einige Vorgaben: So soll die Diversität der Bevölkerung in den Sendungen und in der Belegschaft widergespiegelt werden. Die *BBC* vertritt dabei die Perspektive, dass Diversität Vorteile bringt: „diversity is a creative opportunity for us to tell new and original stories, and to generate genuinely distinctive content.“⁴⁷¹ Die *BBC* kann damit sowohl in der Erstellung einer derartigen Diversity Strategie als auch in der praktischen Ausführung dieser als Vorreiter in der europäischen Medienbranche gesehen werden. Im folgenden Kapitel werden die Diversity Management-Strategien öffentlich-rechtlicher Sender im europäischen Vergleich dargestellt.

⁴⁶⁸ ORF: Der öffentliche-Auftrag – die Charta des ORF. <http://publikumsrat.orf.at/charta.html> (zuletzt eingesehen am 14.3.2014).

⁴⁶⁹ Wolf, Integration, S. 98.

⁴⁷⁰ Schulz nennt hier beispielsweise politisch-rechtliche oder auch moralische Standards, die von diversitätsbewussten Unternehmen als Teil der Strategie eingehalten werden. Vgl. Schulz, Diversitätsmanagement, 161 ff.

⁴⁷¹ BBC: Everyone has a story. The BBC'S Diversity Strategy 2011-15. http://downloads.bbc.co.uk/diversity/pdf/Diversity_strategy_110523.pdf#zoom=100 (zuletzt eingesehen am 22.11.2013).

18 Diversity Management-Strategien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im europäischen Vergleich

„Öffentlich-rechtliches Fernsehen bietet eine Plattform für den interkulturellen Austausch und fördert das gegenseitige Verständnis, weil es allen Gesellschaftsmitgliedern unparteiliche Informationen zukommen lässt.“⁴⁷²

Damit ist bereits eine der Funktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks angesprochen: Dieser wird durch seinen Programmauftrag – neben anderen Aufgaben – dazu verpflichtet, zur gesellschaftlichen Integration beizutragen. Wie dieser Auftrag ausgestaltet ist, leitet sich von der nationalen Gesetzgebung ab. Unabhängig von der konkreten Ausformulierung soll der Auftrag laut EU-Gesetzgebung dazu beitragen, „die demokratischen, sozialen und kulturellen Belange einer bestimmten Gesellschaft zu erfüllen und Pluralismus zu gewährleisten“⁴⁷³. Demnach nimmt der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der medialen Integration eine Sonderstellung ein und wird aus diesem Grund in diesem Kapitel ausführlicher behandelt. Der Unterschied zu privaten Fernsehsendern liegt in der Verpflichtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, einen Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt zu leisten. Private Sender dagegen verfügen über keinen derartigen Auftrag; ihre Zielsetzung liegt darin, möglichst großen wirtschaftlichen Erfolg zu generieren. Ein weiterer Aspekt, der für die besondere Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Rahmen der Integration spricht, ist die Gebührenfinanzierung. Die Gesellschaft erhält mit ihren Gebühren das Programm der öffentlich-rechtlichen Sender über weite Strecken aufrecht, weshalb sich die Teile dieser Gesellschaft umso mehr in den Inhalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wiederfinden sollten.⁴⁷⁴

Auf den folgenden Seiten wird der Umgang mit Diversity Management in der britischen *BBC*, im deutschen *WDR* und im österreichischen *ORF* verglichen. Hier werden Initiativen, der Umgang mit dem Personal und die Förderung von Personen mit Migrationshintergrund gegenübergestellt.

⁴⁷² Wolf, Integration, S. 98.

⁴⁷³ Europäische Kommission: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Im Internet: http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/psb/index_de.htm (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

⁴⁷⁴ Vgl. Wolf, Integration, S. 99.

18.1 BBC

Die BBC gilt seit Jahren als *das* Vorzeigebispiel für Diversity Management in öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen und hier insbesondere für die Integration von ethnischen Minderheiten im Personal. Als rechtliche Grundlage gilt hier der „Race Relations Act“ aus dem Jahr 1976, der rassistische Diskriminierung etwa in Arbeit und Bildung verbietet.⁴⁷⁵ Zudem wurde im „Race Relations Amendment Act“ aus dem Jahr 2000 festgehalten, dass öffentliche Institutionen zur Chancengleichheit und zur guten Beziehung zwischen unterschiedlichen ethnischen Gruppen beitragen müssen.⁴⁷⁶

Medienpersonal

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Großbritannien hat es sich zum Ziel gesetzt, möglichst große Durchlässigkeit in den Redaktionen und Chancengleichheit – unabhängig von der Herkunft und anderen Kategorien – zu schaffen. Dieser Grundsatz wurde in der *Diversity Strategy* des britischen öffentlich-rechtlichen Rundfunks festgehalten: „The BBC is committed to promoting equal opportunities for all, both in our working environment and in our output.“⁴⁷⁷ Daneben enthält diese Strategie das Bekenntnis der BBC zu einer möglichst proportionalen Abbildung der britischen Gesellschaft innerhalb des Medienunternehmens und einem freien Zugang sowohl zu den Medieninhalten als auch zur BBC als Arbeitgeber.

Im Unterschied zu den meisten anderen öffentlich-rechtlichen Sendern in Europa wird bei der BBC eine Quotenpolitik verfolgt und diese gilt innerhalb des Unternehmens als einzige Möglichkeit, Diversität nachhaltig zu fördern. Der ehemalige Direktor der BBC Greg Dyke hielt dazu fest: „Abstract commitments to diversity don't, in my experience, actually change much in large organisations. You only do that by real figures and regular monitoring.“⁴⁷⁸ Die Zahlenvorgaben bei der BBC sind zwar verbindlich, allerdings nicht rechtlich festgelegt.⁴⁷⁹

Jedes Jahr werden die Daten über Minderheitenbeteiligung innerhalb des Unternehmens erfasst und veröffentlicht. Nach dem so genannten „Race Equality Scheme“ werden diese

⁴⁷⁵ Vgl. Race Relations Act 1976. Im Internet: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1976/74> (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

⁴⁷⁶ Vgl. Race Relations (Amendment) Act 2000. Im Internet: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2000/34/section/2> (zuletzt eingesehen am 10.3.2014).

⁴⁷⁷ BBC, story, S. 1.

⁴⁷⁸ BBC: Roots - a joint BBC / Arts Council England initiative. Speech given at an event to raise awareness of a joint BBC and Arts Council England initiative called Roots. Im Internet: http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/dyke_roots.shtml (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

⁴⁷⁹ Vgl. Wolf, Integration, S. 267.

Zahlen interpretiert und dahingehend überprüft, inwieweit man die vereinbarten Ziele zur Gleichstellung ethnischer Minderheiten erreicht hat bzw. auf dem Weg dorthin ist.

Die jüngsten Daten, die mit September 2012 erhoben wurden, zeigen, dass das Ziel eines Anteils ethnischer Minderheiten von 12,5 Prozent beinahe erreicht ist. Zuletzt lag dieser Anteil bei 12,4 Prozent, der Anteil von Personen mit ausländischen Wurzeln auf den höheren Management-Ebenen zu diesem Zeitpunkt bei 6,5 Prozent – das erklärte Ziel für diesen Bereich war ein Minderheiten-Anteil von 7 Prozent bis Ende 2012.⁴⁸⁰

Trotz dieser quotenorientierten Politik kritisieren britische MedienexpertInnen die fehlende Diversität auf allen Ebenen des Medienunternehmens. So würden die Entscheidungsstrukturen nach wie vor von Angehörigen der Mehrheitsgesellschaft dominiert. Auf den Bildschirmen sei zwar schon eine diverse Gesellschaft zu sehen, dies spiegle sich aber kaum auf allen Ebenen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wider.⁴⁸¹

Initiativen für mehr Personal mit Migrationshintergrund

Die Rekrutierung von *Minority journalists* stellt den britischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk vor eine Herausforderung. Medienverantwortliche argumentieren, dass sich zu wenige geeignete Personen finden würden. Begründet wird dies zum einen mit fehlenden Vorbildern in der Medienbranche, zum anderen mit fehlenden Jobperspektiven am Markt.⁴⁸²

Um in Zukunft Personen mit ausländischen Wurzeln besser erreichen zu können, schlägt die Medienaufsichtsbehörde BTRC vor, folgende Faktoren bei der Akquise von MitarbeiterInnen künftig zu beachten:⁴⁸³

- Jobausschreibungen dürfen nicht diskriminierend sein.
- Medienverantwortliche müssen bei der Suche nach MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund gezielt bei Institutionen mit hoher kultureller Vielfalt aktiv werden.
- In den Gremien, die für die Personalentscheidungen zuständig sind, sollen Personen mit ausländischen Wurzeln sitzen.

⁴⁸⁰ Vgl. BBC: A diverse workforce. Im Internet: <http://www.bbc.co.uk/diversity/workforce.html#section-1> (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

Um diesen Fortschritt ein wenig zu relativieren, muss erwähnt werden, dass sich die BBC bereits für 2007 das Ziel gesteckt hatte, diesen Anteil von 12,5 Prozent an Personen mit ausländischen Wurzeln zu erreichen. Das Ziel wurde schließlich auf das Jahr 2012 verlegt.

Vgl. Linder, Mainstreaming, S. 7.

⁴⁸¹ Vgl. Wolf, Integration, S. 263 f.

⁴⁸² Vgl. ebd., S. 268.

⁴⁸³ Vgl. ebd., S. 270.

- PersonalmanagerInnen und EntscheidungsträgerInnen in Medienunternehmen sollten sich im Bereich des Diversity Managements fortbilden.
- Die Einstellungsgespräche sollten evaluiert und gegebenenfalls verbessert werden.

ModeratorInnen mit ausländischen Wurzeln sind in Großbritanniens audiovisuellen Medien keine Seltenheit mehr. Personen aus unterschiedlichen Communities sind an vielen Stellen sichtbar ins Programm miteingebunden. Die Ausrichtung hin zur sichtbaren Repräsentanz ist vor allem im Identifikationswunsch des Publikums begründet.

„Die Visualisierungsstrategie beruht auf aktuellen Befragungen, die unterstreichen, dass sich ethnische Minderheiten vom Programm dann eher angesprochen fühlen, wenn sie jemanden *aus ihren Reihen* wieder erkennen und *ihre* Themen angesprochen werden.“⁴⁸⁴

Diese Herangehensweise gerät allerdings in die Kritik, wenn sie nur der Pflichterfüllung dient und Minderheiten nicht zielgerichtet angesprochen werden sollen. Zudem kann die bloße Visualisierung von Minderheiten nicht garantieren, dass sich die Zielgruppe automatisch angesprochen fühlt, weil auch inhaltliche Kriterien dafür eine Rolle spielen.⁴⁸⁵

18.2 WDR

Auch in Deutschland hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Bezug auf die Förderung von Diversität Fortschritte gemacht. Im Jahr 2006 hat der WDR festgeschrieben, dass sich die kulturelle Vielfalt in der deutschen Gesellschaft auch im Programm und in der Personalpolitik des Senders widerspiegeln sollte. Mit der Verfolgung dieser Ziele wurde der Integrationsbeauftragte Gualtiero Zambonini beauftragt. Integration wird beim WDR auf zwei Ebenen verfolgt: zum einen auf der inhaltlichen Ebene im Programm, zum anderen auf der Produktionsebene mit der Förderung von Personen mit Migrationshintergrund.

Medienpersonal mit Migrationshintergrund

Der WDR hat als eines seiner Unternehmensziele die verstärkte Repräsentanz von Personen mit Migrationshintergrund im Medienpersonal formuliert. Das Unternehmen verfolgt zwar keine Quotenpolitik, dennoch sollen mithilfe eines Integrationsberichts die Fortschritte im Prozess der medialen Integration festgehalten werden. Derzeit liegt der Anteil von WDR-

⁴⁸⁴ Wolf, Integration, S. 283.

⁴⁸⁵ Vgl. ebd., S. 285.

MitarbeiterInnen, die im Ausland zur Welt gekommen sind, bei knapp sieben Prozent, 14 Prozent haben ausländische Eltern.⁴⁸⁶ Zudem hat der Sender die Visualisierung von Personen mit Migrationshintergrund in seine Diversity Management-Strategie integriert. Dem zugrunde liegt die Annahme, dass die verstärkte Sichtbarkeit von Personen mit ausländischen Wurzeln in Massenmedien Identifikation im Publikum schaffen könnte. Zudem soll damit gesellschaftliche Realität abgebildet werden, die in einer Einwanderungsgesellschaft die Teilhabe von Personen mit Einwanderungshintergrund miteinschließt. Während verstärkte Diversität unter den ModeratorInnen Teil der Zielsetzung des *WDR* ist, wurde bisher wenig Augenmerk auf andere Hierarchieebenen gelegt. Vor allem auf der Entscheidungsebene sind Personen mit Migrationshintergrund bisher selten vertreten: „Da das Konzept der medialen Integration darauf gründet, dass kulturelle Vielfalt sich in allen Instanzen und auf allen Hierarchieebenen quer durch das Medienunternehmen durchsetzt, liegen Integrationspotentiale der öffentlich-rechtlichen Sender im Strukturkontext brach.“⁴⁸⁷

Förderung von Personen mit Migrationshintergrund

Um in Zukunft über einen Pool an qualifizierten JournalistInnen mit Migrationshintergrund zu verfügen, wurde die Talentwerkstatt *WDR Grenzenlos* ins Leben gerufen. Dafür werden Nachwuchstalente ausgewählt, die ein Programm an Seminaren, Workshops und Praktika durchlaufen.⁴⁸⁸ Einige der jungen JournalistInnen werden laut dem Integrationsbeauftragten des *WDR* auch nach Ende dieser Ausbildungszeit weiter beim *WDR* beschäftigt.⁴⁸⁹ Das Programm „Raus aus den Nischen“ sollte im Jahr 2007 zusätzlich dafür sorgen, dass JournalistInnen mit Migrationshintergrund nicht nur auf speziell dafür vorgesehenen Plätzen beschäftigt und damit auf Migrationsthemen beschränkt werden, sondern in allen Redaktionen des Unternehmens tätig sein können. Dafür wurden 58 JournalistInnen mit Migrationshintergrund ausgewählt, die in verschiedenen Redaktionen des *WDR* tätig waren; unklar ist, ob diese Personen weiterhin im Team des Senders beschäftigt sind.⁴⁹⁰

⁴⁸⁶ Vgl. WDR: Wir sind viele. Wir sind Vielfalt! In: WDR Print. Die Zeitung des Westdeutschen Rundfunks. Ein Special zur kulturellen Vielfalt und Integration. Nr. 446, Juni 2013. S. 1.

⁴⁸⁷ Wolf, Integration, S. 223.

⁴⁸⁸ Vgl. WDR: Talentwerkstatt WDR Grenzenlos. Im Internet: <http://www1.wdr.de/unternehmen/karriere/talentwerkstatt106.html> (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

⁴⁸⁹ Vgl. Zambonini, Gualtiero: Der Westdeutsche Rundfunk – Integration als business case. Im Internet: http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1235.asp (zuletzt eingesehen am 16.3.2014).

⁴⁹⁰ Vgl. Choi, Sun-ju und Oulios, Miltiadis: Positive Maßnahmen – wie erreicht man Gleichstellung im Medienbetrieb? Im Internet: http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_2622.asp (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

Neben diesen speziellen Initiativen für Personen mit ausländischen Wurzeln wird bei Personalentscheidungen mittlerweile besonders auf den Faktor Migrationshintergrund geachtet. Um Personen mit Migrationshintergrund für einen Job beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen zu motivieren, werden Stellenausschreibungen vom *WDR* mit dem Zusatz, dass Personen mit ausländischer Herkunft besonders erwünscht sind, versehen. Erfolge in der Personalentwicklung zeigen sich etwa darin, dass prominente Positionen im *WDR* an JournalistInnen mit Migrationshintergrund vergeben wurden. Die Beteiligung und verstärkte Integration von MitarbeiterInnen mit ausländischen Wurzeln ist auch in Zukunft in der Strategie des *WDR* enthalten: „Höchste Priorität hat auch bei künftigen Programmentwicklungs- und Personalentwicklungsstrategien die Widerspiegelung von kultureller Vielfalt in unserem Sendegebiet. Die Gewinnung und Förderung von Medienschaffenden mit Zuwanderungsbiografien für prominente Sendeplätze spielen dabei eine ausschlaggebende Rolle.“⁴⁹¹

Initiativen für mehr Personal mit Migrationshintergrund

Was die inhaltliche Ebene betrifft, so sei der Radiosender *Funkhaus Europa* erwähnt. Mit dessen Programm sollen Personen mit Migrationshintergrund angesprochen werden. Tagsüber werden die Sendungen auf Deutsch ausgestrahlt, am Wochenende und abends in den verschiedenen Muttersprachen der Zugewanderten. Mit seinem Programm erreicht *Funkhaus Europa* laut Media-Analyse regelmäßig 0,66 Millionen HörerInnen.⁴⁹² Daneben werden migrationsspezifische Themen im audio-visuellen Bereich behandelt: Das Magazin *COSMO TV* soll Personen mit Migrationshintergrund, aber auch Deutsche mit besonderem Interesse für migrations- und integrationsspezifische Inhalte ansprechen. Die Redaktion, die für dieses Magazin zuständig ist, versteht sich als Fachredaktion für migrations- und integrationsspezifische Themen. Der *WDR* unterstützt diese Rolle, indem bestimmte Beiträge der Redaktion auch im Hauptabendprogramm des Senders laufen.⁴⁹³

Zielgruppe

Ein Aspekt, um Diversität sowohl in den Medieninhalten als auch im Personal zu fördern, ist die gezielte Ausrichtung auf das Publikum. Der *WDR* will diesen Fokus in Zukunft konsequenter verfolgen und hat daher im Programmauftrag die gezielte Ansprache von

⁴⁹¹ Zambonini, Rundfunk, S. 3.

⁴⁹² WDR: Media-Analyse veröffentlicht. Im Internet: <http://www1.wdr.de/unternehmen/mediaanalyse102.html> (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

⁴⁹³ Vgl. Wolf, Integration, S. 235.

Zugewanderten verankert. Das Programm des Senders soll künftig dahingehend hinterfragt werden, ob die Inhalte alle Teile der Gesellschaft gleichermaßen ansprechen und ob sich Personen mit Migrationshintergrund in diesem Programm vertreten fühlen. „Es handelt sich bei dieser Herausforderung nicht allein um die Auswirkungen des gesellschaftlichen Wandels durch Migrationsbewegungen, sondern auch um einen Publikumswandel im Allgemeinen. Dies muss in der Programmentwicklung begriffen, verstanden und als Chance genutzt werden.“⁴⁹⁴

Zusammengefasst ergibt sich beim öffentlich-rechtlichen Sender *WDR* der Eindruck, dass Integration und Diversity Management bedeutende Teile der Senderstrategie darstellen. Die verstärkte Ausrichtung sowohl auf inhaltlicher Ebene als auch in der Personalpolitik zeigt mittlerweile auch erste Erfolge – in der Repräsentanz von MigrantInnen in Trainee-Programmen und Ausbildungen des *WDR*.⁴⁹⁵ Die Senderstrategie des *WDR* ist durchaus langfristig ausgerichtet: Neben der Förderung von Vielfalt in Programmen wie *WDR Grenzenlos* sollen weitere Initiativen verhindern, dass MigrantInnen und deren Nachkommen lediglich in Nischenprogrammen tätig sind. Der *Westdeutsche Rundfunk* wählt seine MitarbeiterInnen nicht anhand eines Quoten-Schemas aus – nicht eine Quote, sondern die Qualität würde im Mittelpunkt des Interesses des Senders stehen, argumentiert der Integrationsbeauftragte Gualtiero Zambonini.⁴⁹⁶ Wird allerdings die Argumentation der *BBC* aufgegriffen, so würde letztlich nur eine konsequente Politik der Zahlenmessung den erwünschten Erfolg bringen.

18.3 ORF

Der *ORF* als öffentlich-rechtlicher Rundfunk ist durch den Gesetzgeber zu bestimmten Aufträgen verpflichtet. Neben einem Versorgungsauftrag, der gewährleistet, dass alle Regionen Österreichs mit den Programmen des *ORF* erreicht werden, beinhaltet das *ORF*-Gesetz den öffentlich-rechtlichen Kernauftrag.⁴⁹⁷ In Bezug auf die Minderheitenförderung muss hier etwa gewährleistet sein, dass jene Volksgruppen, für die es einen

⁴⁹⁴ Ebd., S. 245.

⁴⁹⁵ Vgl. Riechert, Ute: Gibt es beim WDR eine „Ausländerquote“? In: WDR Print. Die Zeitung des Westdeutschen Rundfunks. Ein Special zur kulturellen Vielfalt und Integration. Nr. 446, Juni 2013. S. 8.

⁴⁹⁶ Vgl. DGB Bildungswerk: Interview mit Gualtiero Zambonini, Integrationsbeauftragter des WDR. Im Internet: http://www.migration-online.de/beitrag._aWQ9MTg1OQ_.html (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

⁴⁹⁷ Vgl. BGBl. Nr. 379/1984, § 4. Im Internet: <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785> (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

Volksgruppenbeirat gibt, Programme in ihrer eigenen Sprache zur Verfügung gestellt bekommen. Daneben beinhaltet das *ORF-Gesetz* einen Artikel, in dem der öffentlich-rechtliche Rundfunk dazu verpflichtet ist, „die Förderung des Verständnisses für die europäische Integration“⁴⁹⁸ zu unterstützen. Im öffentlich-rechtlichen Kernauftrag wird auch „die Förderung des Verständnisses für alle Fragen des demokratischen Zusammenlebens“ als Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks formuliert – ein Aspekt, der ebenfalls die Thematik der Integration im gesellschaftlichen Zusammenleben berührt.

Diese Aufgaben, die im *Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk* festgehalten sind, werden dem Unternehmen vom Staat auferlegt. Daneben hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Österreich aber auch selbst Leitlinien definiert. Diese stützen sich auf das zuvor erwähnte *ORF-Gesetz* als auch auf die Programmrichtlinien des *ORF*. Eine eigene Public Value-Abteilung beschäftigt sich im öffentlich-rechtlichen Rundfunk damit, welchen Wert das Unternehmen und seine Produkte für die österreichische Gesellschaft haben (sollten). Unter der Dachmarke Public Value wurden demnach folgende Qualitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks definiert: Individueller Wert, Gesellschaftswert, Österreichwert, Internationaler Wert und Unternehmenswert. All diesen Werten sind wiederum bestimmte Leistungen zugeordnet: Die Integrationsleistung findet sich etwa unter dem Gesellschaftswert. Unter Integrationsleistung wird hier vor allem Informationstätigkeit verstanden – dazu zählen Sendungen wie „Heimat, fremde Heimat“ sowie Beiträge in TV-Magazinen oder im Rundfunk.⁴⁹⁹

Medienpersonal mit Migrationshintergrund

Innerhalb des *ORF* liegen keine Daten darüber vor, wie hoch der Anteil an Personal mit Migrationshintergrund ist, auch eine spezielle Förderung für angehende RedakteurInnen mit Migrationshintergrund wurde bisher nicht betrieben. Da es keine Erhebungspraxis gibt, konnte bisher nicht festgestellt werden, auf welchen Hierarchieebenen Personen mit Migrationshintergrund verstärkt tätig sind. Dementsprechend konnten bisher lediglich Befunde über die sichtbare Teilhabe von Minderheiten erstellt werden, wobei das öffentlich-rechtliche Fernsehen in Österreich hier deutlich hinter den öffentlich-rechtlichen Sendern aus Deutschland und Großbritannien liegt. Wie wenig Erfahrung der österreichische öffentlich-

⁴⁹⁸ BGBl. Nr. 379/1984, § 4. 4. Im Internet:

<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785> (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

⁴⁹⁹ ORF: Der Auftrag: ORF-G §5(1), § 10(3). Im Internet: http://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=84 (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

rechtliche Rundfunk und die gesamte österreichische Medienbranche mit der Bestellung von ModeratorInnen mit Migrationshintergrund haben, zeigt sich an den Reaktionen zum Einsatz der *ORF*-Moderatorin Claudia Unterweger, die im Februar 2011 das Kurznachrichtenformat *ZiB-flash* zu moderieren begann. Bemerkenswert war, dass die österreichischen Printmedien die Einstellung der Österreicherin mit afrikanischen Wurzeln durchwegs als Signal für die Offenheit in der österreichischen Medienszene gegenüber Diversität werteten.⁵⁰⁰ Cornelia Vospernik, die damals verantwortliche Nachrichtenchefin des Formats, begründete zwar ihre Entscheidung für die Moderatorin nicht in den Wurzeln der Moderatorin, sah deren Einsatz aber dennoch als „Signal“⁵⁰¹. In dieser Debatte wurde klar, welche Sonderstellung die neue *ZiB Flash*-Moderatorin in Österreichs Massenmedien einnahm. Die Diskussion über mögliche Signalwirkungen zeigt, an welchem Punkt die österreichische Medienbranche mit ihren Bemühungen um mediale Integration steht.⁵⁰²

Initiativen für mehr Personal mit Migrationshintergrund

Misst man die Integrationsleistung des *ORF* an jenen Parametern, die für die öffentlich-rechtlichen Sender *BBC* und *WDR* genannt wurden, so liegen die Integrationsbestrebungen des österreichischen öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich weit zurück. Der *ORF* verfügt etwa über keine spezielle Initiative zur Förderung von Personen mit Migrationshintergrund auf personeller Ebene. Dies wurde von Konrad Mitschka, Mitglied des *Public Value-Kompetenzzentrums* des *ORF*, mit dem Argument der „Ghetto-Bildung“ abgelehnt.⁵⁰³ Auch eine Quotenpolitik wurde vom *ORF* bisher nicht in Betracht gezogen. Als Argumentation diente, dass Quoten letztlich Rassismus seien. In Bezug auf die Geschlechtergleichstellung wurde dieses Instrument aber durchaus als geeignetes Instrument erachtet.⁵⁰⁴ Als integrationsfördernde Maßnahmen werden im *Public Value*-Bericht des *ORF* die Volksgruppen-Programme und die Integrationsleistung durch Information hervorgehoben: „Durch Information über Lebenswelten, ihre Besonderheiten, ihre Grundlagen, ihre Geschichten, ihre Erfahrungen und Perspektiven. Toleranz und Verständnis wachsen auf der Basis von umfassender und authentischer Information.“⁵⁰⁵ Bemerkenswert sind in diesem

⁵⁰⁰ Vgl. als, Unterweger.

⁵⁰¹ Die Presse: Claudia Unterweger: Von FM4 zum "ZiB-Flash". Im Internet: http://diepresse.com/home/kultur/medien/635421/Claudia-Unterweger_Von-FM4-zum-ZiBFlash (zuletzt eingesehen am 9.3.2014).

⁵⁰² Die Reaktionen auf diesen Schritt wurden auch im Kapitel 13.5 *Zuschreibung des Migrationshintergrundes* behandelt.

⁵⁰³ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 89.

⁵⁰⁴ Vgl. ebd., S. 98.

⁵⁰⁵ Wert über Gebühr. Public Value Bericht 2009/2010. Hg. v. ORF. Wien 2010. S. 99.

Zusammenhang die Ausführungen zur österreichischen Identität: Bezeichnend sind etwa Formulierungen wie „das Fremde“ und „das Eigene“,⁵⁰⁶ die wiederum sehr stark auf die österreichische Perspektive in Abgrenzung zu anderen Kontexten fokussieren. Die Kommunikationswissenschaftlerin Julia Wippersberg weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass Identitätsbildung heute nicht mehr auf den österreichischen Kontext beschränkt sei, sondern hier auch die europäische Ebene miteinbezogen werden müsse. „So darf die Darstellung von österreichischer Identität nicht mehr abgeschottet von europäischen Entwicklungen erfolgen und muss auch unterschiedliche Bevölkerungsgruppen abbilden, die gemeinsam Österreich repräsentieren.“⁵⁰⁷ Zu diesem Prozess gehört auch, dass MigrantInnen sich im Programm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und somit in der Darstellung einer österreichischen Identität wiederfinden – sowohl auf inhaltlicher als auch auf personeller Ebene.

Zielgruppe

Wie auch andere öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen dürfte der *ORF* die Zielgruppe der MigrantInnen und deren Nachkommen langfristig nicht unbeachtet lassen. Lange Zeit waren vor allem die Volksgruppen als Zielgruppe definiert, MigrantInnen aber nicht. Durch die demographische Entwicklung wurden aber Personen mit Migrationshintergrund immer bedeutender, so dass sich auch der österreichische öffentlich-rechtliche Rundfunk stärker mit dieser Gruppe befasste. So wurden etwa Studien zur Mediennutzung von MigrantInnen und zur Zufriedenheit mit dem Programm des *ORF* durchgeführt. Letztere belegt die Annahme, dass der österreichische öffentlich-rechtliche Rundfunk Personen mit Migrationshintergrund jahrelang nicht genügend in den Programmen berücksichtigte. Die befragten MigrantInnen fühlten sich in den Inhalten nicht stark genug integriert und nicht als selbstverständlicher Teil der Gesellschaft wahrgenommen.⁵⁰⁸ Dies betrifft sowohl die inhaltliche Ebene – MigrantInnen als Teil der Berichterstattung – als auch die Personalebene.

⁵⁰⁶ Vgl. ebd., S. 139.

⁵⁰⁷ Wippersberg, Julia: Public Value – Identitätsbildung auf österreichischer und europäischer Ebene durch Rundfunkprogramme. In: Texte 2. Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs. Hg. von ORF. Wien 2010. S. 22.

⁵⁰⁸ Vgl. Hausjell, Endbericht, S. 97.

18.4 Zusammenfassung

In den Ausführungen konnten grundlegende Unterschiede zwischen den Herangehensweisen an die Integration von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den öffentlich-rechtlichen Sendern in Großbritannien, Deutschland und Österreich festgemacht werden. Zum Teil ergeben sich diese unterschiedlichen Haltungen gegenüber der Thematik aus der Geschichte der jeweiligen Länder: Der Umgang mit Diversität und Integration von Minderheiten hat in Großbritannien eine unvergleichlich längere Tradition, was starken Einfluss auf die Haltung der Medien und hier insbesondere den öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat.⁵⁰⁹ Dies äußert sich unter anderem in der strategischen Implementierung des Diversitäts-Themas in der *BBC*: Hier stellt Diversity Management eine der Grundfesten des unternehmerischen Handelns dar, das sich nicht nur im Programm, sondern auch im Umgang mit Diversität im Personal widerspiegelt, indem hier etwa konkrete Zahlenvorgaben verfolgt werden. Auch im deutschen *WDR* wird versucht, die Integration stark voranzutreiben: Sowohl auf inhaltlicher wie auch auf personeller Ebene wurden entsprechende Strategien entwickelt. Dagegen widmet sich der österreichische öffentlich-rechtliche Rundfunk *ORF* der Thematik bisher ohne erkennbare Strategie. Während zwar versucht wird, die Thematik in Form von Form von Minderheiten-Programmen und auch in der Besetzung einzelner Positionen durch ModeratorInnen mit ausländischen Wurzeln aufzugreifen, kann eine Auseinandersetzung im Sinne eines Diversity Managements nicht erkannt werden. In Hinblick auf den Integrationsansatz unterscheidet sich das Verständnis in Deutschland und Österreich deutlich von jenem im britischen öffentlich-rechtlichen Rundfunk gelebt: „In Einwanderungsgesellschaften, in denen sich die medialen Integrationspotentiale des öffentlich-rechtlichen Fernsehens noch in der Entstehungsphase befinden – wie das in Deutschland der Fall ist – wird kulturelle Vielfalt bisher stärker unter einem paternalistischen Integrationsaspekt im Sinne von Assimilation als unter einem Gleichstellungsaspekt im Sinne der geforderten interkulturellen Integration behandelt.“⁵¹⁰ Fraglich ist, ob diese Unterschiede im Integrationsverständnis tatsächlich nur auf die jeweiligen Entwicklungsschritte der Länder in Bezug auf mediale Integration zurückgeführt werden können, oder ob die Migrations- und Kolonialgeschichte Großbritanniens zu einem anderen Modell führte, das in Ländern wie Österreich oder Deutschland in dieser Form keine Anwendung finden wird.

⁵⁰⁹ Vgl. Wolf, Integration, S. 306.

⁵¹⁰ Ebd., S. 315.

III EMPIRIE

19 Methoden und Untersuchungsdesign

Im vorangegangenen Teil der Studie wurde die theoretische Basis für die empirische Untersuchung geschaffen. Am Beginn des empirischen Teils werden die forschungsleitenden Fragen und die Untersuchungsmethoden geschildert. Ziel der Untersuchung ist es, sowohl Daten über den Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den österreichischen Fernsehsendern zu ermitteln als auch deren Arbeitsweisen, die Bedeutung des eigenen Migrationshintergrundes und den Umgang der TV-Sender mit ethnischer Diversität zu erforschen. Hierfür bot sich eine Triangulation quantitativer und qualitativer Methoden an,⁵¹¹ auf welche unter dem Punkt *Untersuchungsmethodik* näher eingegangen wird.

19.1 Forschungsleitende Fragen

Die erste Forschungsfrage der vorliegenden Untersuchung lautete: *Wie hoch ist der Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in Österreichs TV-Sendern?* Ein Online-Fragebogen an die MitarbeiterInnen der untersuchten TV-Sender *ORF*, *ATV*, *Puls4* und *ServusTV* diente dazu, Daten zur Herkunft der Fernseh-RedakteurInnen zu ermitteln. Mit dieser Befragung sollten auch die Befunde früherer Untersuchungen überprüft werden, die sich in den meisten Fällen nicht an die RedakteurInnen selbst, sondern an die Chefredaktionen richteten.

Die Bedeutung der Sichtbarkeit und die Rolle des Bildes in den Massenmedien legen nahe, den Umgang mit sichtbarer Diversität zu untersuchen. Entsprechend lautete eine weitere forschungsleitende Fragestellung: *Wie groß ist die sichtbare Diversität in den TV-Sendern?* Hier galt es vor allem den Umgang der Fernsehsender mit sichtbarer Diversität und die Häufigkeit von ModeratorInnen mit Migrationshintergrund in Österreichs TV-Sendern zu untersuchen.

Auch die Hierarchien der Fernsehsender und die Positionen von MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund im Unternehmen stellten eine Fragestellung der Studie dar. *In welchen Positionen arbeiten RedakteurInnen mit Migrationshintergrund im österreichischen TV-Journalismus?* – Diese Frage ist deshalb von Bedeutung, da die alleinige Präsenz von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund nicht garantiert, dass alternative Deutungsweisen

⁵¹¹ Vgl. Flick, Uwe: Triangulation. Eine Einführung, 3., aktualisierte Auflage. Wiesbaden 2011. S. 75 ff.

auch tatsächlich durchgesetzt werden können. Somit spielt auch die Frage, an welchen Stellen RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in den Medienunternehmen arbeiten, eine bedeutende Rolle.

Welche Bedeutung hat die Integration von Personen mit Migrationshintergrund für die untersuchten TV-Sender? Diese Frage richtete sich an das Selbstverständnis der Medienunternehmen und reflektierte die Wahrnehmung der eigenen Rolle bei der *medialen Integration*. Sowohl allgemeine Funktionen, welche Massenmedien von den TV-Sendern zugeschrieben werden, als auch das eigene Wirken in diesem Zusammenhang sollten hierbei ergründet werden. Letzteres wurde in der Forschungsfrage *Wie gehen die österreichischen TV-Stationen mit der Zuschreibung „Migrationshintergrund“ um?* formuliert.

Eines der bedeutendsten Forschungsinteressen innerhalb der Untersuchung stellt die Frage nach Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund im österreichischen TV-Journalismus dar. Unter diesem Aspekt wurden sowohl strukturelle Barrieren als auch gezielte Diskriminierung thematisiert. Der Fragestellung *Existieren Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund beim Einstieg in den TV-Journalismus oder bei der Arbeit als JournalistIn?* widmete sich sowohl ein Teil der quantitativen Befragung als auch die Interviews mit JournalistInnen mit Migrationshintergrund, ihren autochthonen KollegInnen und den VerantwortungsträgerInnen der untersuchten Medienunternehmen.

Welchen Stellenwert nimmt die Herkunft bei der Arbeit als JournalistIn ein? Eine zentrale forschungsleitende Frage beschäftigte sich damit, ob sich die Herkunft der JournalistInnen in ihrem Zugang zu ihrer Tätigkeit auswirkt und ob interkulturelle Kompetenzen im TV-Journalismus eingesetzt werden.

19.2 Untersuchungsgegenstand

Gegenstand der Untersuchung sind die vier österreichischen digital-terrestrischen TV-Sender *ORF*, *ATV*, *Puls4* und *ServusTV*. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurden diese vier Sender ausgewählt und regionale Fernsehsender nicht miteinbezogen. Auch deutsche Anbieter mit Österreich-Fenstern wie *ProSieben Austria* wurden nicht in die Untersuchung mit aufgenommen, da in diesen Sendern nur bestimmte Formate tatsächlich in Österreich produziert werden. Aus forschungspragmatischen Gründen wurde im *ORF* lediglich das bundesweite Programm berücksichtigt, die Landesstudios wurden nicht erfasst. Dies hat mehrere Gründe: Zum einen produzieren die Landesstudios nur einen verhältnismäßig

geringen Teil des *ORF*-Programms, zum anderen ist ethnische Diversität vor allem eine zentrale Thematik für überregionale Programme.

Inhaltlich liegt der Fokus dieser Untersuchung – wie mit den forschungsleitenden Fragestellungen dargelegt wurde – auf der Personalebene: Diese umfasst den Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in den TV-Sendern, wie auch den Umgang mit der Herkunft und mögliche Barrieren für die RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln. Am Rande wurden auch Diversität als Inhalt der Berichterstattung und MigrantInnen als Zielgruppe der Sender thematisiert.

19.3 Untersuchungsdesign

Für die vorliegende Studie wurde eine Methoden-Triangulation gewählt, die sowohl quantitative wie auch qualitative Methoden beinhaltet. Dabei sollten sowohl die Stärken der quantitativen wie auch der qualitativen Sozialforschung genutzt und für die Untersuchung entsprechend eingesetzt werden. Hierbei wurde ein so genanntes *Phasen-Design* angewendet, wobei die quantitative Phase der qualitativen vorgeschaltet war. Da bereits erste Befunde zum Forschungsgegenstand vorliegen, war es nicht notwendig die qualitative Methode zum Zwecke eines ersten Absteckens des Forschungsgegenstandes einzusetzen.

Als quantitative Methode wurde ein Online-Fragebogen eingesetzt, um statistische Daten über den Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund im österreichischen Fernsehen und auf breiter Basis Ergebnisse zur Einstellung hinsichtlich Diversität in den Medienunternehmen zu erhalten. Die Erschließung inhaltlicher Zusammenhänge und die Untersuchung möglicher Motive erfolgte mittels eines qualitativen Verfahrens – im Rahmen problemzentrierter Interviews. Um möglichst vielfältige Einschätzungen zur Thematik zu erhalten, wurden sowohl Gespräche mit RedakteurInnen mit Migrationshintergrund als auch ihren autochthonen KollegInnen und VerantwortungsträgerInnen der untersuchten TV-Sender geführt.

Eine detaillierte Beschreibung der verwendeten Methoden geht den Auswertungen des quantitativen und des qualitativen Teils voraus.⁵¹²

⁵¹² Diese finden sich in den Kapiteln 20 Die quantitative Auswertung und 21 Die qualitative Auswertung.

20 Die quantitative Befragung

20.1 Methode und Forschungsdesign

Das Ziel der vorliegenden Untersuchung war es, sowohl Daten über den Anteil der TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund zu erlangen als auch die Einstellungen in den Redaktionen zum Thema Diversität und Integration zu erfassen. Da die zu befragenden Personen eine überschaubare Menge darstellen, wurde die Untersuchung als Vollerhebung konzipiert. Die Grundgesamtheit bestand aus allen redaktionellen TV-MitarbeiterInnen der folgenden TV-Sender: *ORF (Küniglberg – MitarbeiterInnen in Wien⁵¹³)*, *Puls4*, *ATV* und *ServusTV*. Die Sender wurden aufgrund des Kriteriums *österreichische überregionale digital-terrestrische TV-Sender* mit Vollprogramm ausgewählt.

In früheren Untersuchungen zum Thema *Diversität im Journalismus* wurden häufig GeschäftsführerInnen beziehungsweise leitende Personen in Medienunternehmen über den Anteil der redaktionellen MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund befragt. Hierbei ergibt sich allerdings die Schwierigkeit, dass die meisten Medienunternehmen derartige Kriterien nicht erheben bzw. zumeist aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht aushändigen.

„Wenn überhaupt, dann gibt es bei wenigen Redaktionen lediglich Angaben zur Staatsangehörigkeit, und diese erfassen die Eingebürgerten – sie machen nach unserer Erhebung immerhin fast zwei Drittel der Journalisten mit Migrationshintergrund aus – nicht.“⁵¹⁴

Trotz des Wissens über diese Schwierigkeit wurde in den vorhergehenden Studien zumeist darauf verzichtet, die JournalistInnen selbst über deren Herkunft zu befragen – vermutlich aus pragmatischen Gründen. Wird eine überschaubare Grundgesamtheit – wie es jene der redaktionellen MitarbeiterInnen der österreichischen überregionalen digital-terrestrischen TV-Sender ist – untersucht, so bietet es sich jedoch an, diese direkt zu befragen.

⁵¹³ Die Variante, lediglich die MitarbeiterInnen des *ORF* am Küniglberg zu befragen, wurde als pragmatische Variante gewählt, da davon ausgegangen wurde, dass die Mehrzahl der *ORF*-TV-MitarbeiterInnen am Küniglberg tätig ist und die Geschäftsführung diese MitarbeiterInnen aufgrund des gemeinsamen Standorts leichter erreichen könnte.

⁵¹⁴ Geißler, *Diversität*, S. 87.

Dies bietet mehrere Vorteile:

- Die Gefahr, dass Personen mit Migrationshintergrund nicht erfasst werden, kann verringert werden. Jene Personen, die an der Befragung teilnehmen, werden als Personen mit oder ohne Migrationshintergrund erfasst.
- Darüber hinaus können die TV-JournalistInnen über ihre Einstellung zu den Themen Diversität und Integration befragt werden und somit kann die Stimmung in den Redaktionen diesbezüglich erhoben werden.
- Die Verantwortlichen in den Medienunternehmen können in weiterer Folge in der qualitativen Untersuchung mit der Meinung der RedakteurInnen konfrontiert werden. Damit kann ein vielfältiger Eindruck über die Einstellungen bezüglich Diversität und Integration gewonnen werden.

20.2 Befragungsinstrument

Für die Umfrage unter den redaktionellen TV-MitarbeiterInnen wurde ein Online-Fragebogen als Befragungsinstrument ausgewählt. Dieses Instrument wurde aufgrund der folgenden Kriterien ausgewählt:⁵¹⁵

Schnelligkeit: Mithilfe des Online-Fragebogens kann eine große Anzahl von Personen schnell erreicht werden.

Preis: Online-Fragebögen stellen eine kostengünstige Befragungsmethode dar.

Akzeptanz der Befragten: Computer und Web sind in den Berufsalltag von TV-JournalistInnen integriert, Zugangsbarrieren sollten in dieser Berufsgruppe ausgeschlossen werden können.

Vgl. Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg⁵ 2011. S.522 ff.

20.3 Ablauf der Befragung

Pretest: Vor dem Start der Befragung wurde ein Pretest mit fünf TV-JournalistInnen durchgeführt. Nach dieser Pretest-Phase wurde der Fragebogen an einzelnen Stellen überarbeitet und gekürzt.

Aussenden des Fragebogen-Links: Um tatsächlich die gesamte Redaktion der TV-Sender zu erreichen und die Aufmerksamkeit für die Studie zu steigern, wurde der Link zur Umfrage von leitenden Stellen der Unternehmen an die redaktionellen MitarbeiterInnen geschickt. Die Unternehmen wurden gebeten, in einem Schreiben auf die Bedeutung der Umfrage hinzuweisen. Im Fall des *ORF* war der Link mit einem Schreiben von Generaldirektor Alexander Wrabetz versehen, in dem er zur Teilnahme an der Umfrage aufrief.

Teilnahme: Im November 2011 startete der erste Durchgang der Befragung, wobei der öffentlich-rechtliche Rundfunk *ORF* erst mit einiger Verzögerung die Fragebogen-Links ausschickte. Nach etwas mehr als einem Monat wurden die TV-Unternehmen gebeten, einen Reminder an die MitarbeiterInnen zu senden, um die Teilnahme zu steigern. Zusätzlich wurden bei jenen Sendern mit sehr geringem Rücklauf (*ATV* und *Puls4*) die ChefredakteurInnen bzw. ChefInnen vom Dienst darum gebeten, MitarbeiterInnen für die Befragung zu motivieren. Trotz dieser Bemühungen konnte der Rücklauf hier nicht wesentlich gesteigert werden. Schließlich wurde bei den Sendern *ATV*, *Puls4* und *ServusTV* insgesamt ein Rücklauf von 19,2 Prozent erzielt. Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk *ORF* war die Berechnung des Rücklaufs schwierig, da die Verantwortlichen – obwohl sie im Vorfeld darauf aufmerksam gemacht wurden – nach der Befragung nicht nachvollziehen konnten, an wie viele Personen der Link zum Fragebogen ausgeschickt wurde. 60 MitarbeiterInnen des *ORF* schlossen die Befragung ab.⁵¹⁶

⁵¹⁶ Nach mehrmaligem Nachfragen lautete die Information des *ORF*, der Fragebogen hätte bis zu 450 Personen erreichen können. Darin enthalten sind allerdings auch die *ORF*-Landesstudios, die nicht als AdressatInnen des Fragebogens angedacht waren. Anfragen bei TV-RedakteurInnen des Landesstudios Steiermark zeigten schließlich, dass die Fragebogen-Links hier offenbar nicht ausgeschickt wurden. Außerdem fanden sich unter den *ORF*-RedakteurInnen, die den Fragebogen beantworteten, lediglich Personen, die ihren Dienststandort in Wien haben. Somit dürfte die Zahl jener, die der Link zur Online-Befragung erreicht hat, wesentlich geringer als 450 sein – eine genaue Zahl konnte jedoch nicht ausgemacht werden.

20.3.1 Schwierigkeiten der Untersuchung

Bereitschaft zur Teilnahme: Eine große Schwierigkeit der Studie war die zum Teil fehlende Bereitschaft der TV-JournalistInnen dar, an der Umfrage teilzunehmen. Trotz mehrerer Aufrufe von Seiten der Geschäftsführung, den ChefredakteurInnen und ChefInnen vom Dienst konnte dieses Problem nicht gelöst werden.

Verteilung der StudienteilnehmerInnen: Anhand der Ergebnisse der Umfrage zeigt sich unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund eine große Bereitschaft für die Teilnahme an der Studie. Das Interesse am Thema dürfte hierfür ausschlaggebend gewesen sein. Während bei früheren Untersuchungen die Problematik auftrat, dass durch das fehlende Wissen über MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund das Ergebnis verzerrt wurde, dürfte in diesem Fall das spezifische Interesse am Thema und die erhöhte Bereitschaft von Personen mit Migrationshintergrund, an der Befragung teilzunehmen, zu dieser Situation führen.

20.4 Auswertung der quantitativen Studie

- Häufigkeitsanalysen
- Kreuztabellen: In Kreuztabellen (auch Kontingenztafeln genannt) werden mehrere Variablen einander in einer Tabelle gegenübergestellt.
- Signifikanztests
 - *Chi-Quadrat-Test nach Pearson*

Beim Chi-Quadrat-Test wird auf der Basis von Kreuztabellen berechnet, ob zwei Merkmale voneinander abhängig oder unabhängig sind bzw. die Wahrscheinlichkeit ermittelt, ob ein Zusammenhang zufällig ist.⁵¹⁷ Hier wurde vor allem der Migrationshintergrund als Merkmal herangezogen, um zu untersuchen, ob ein Zusammenhang zwischen den ausländischen Wurzeln und Erfahrungen beziehungsweise Einstellungen der befragten Personen besteht.

- *Exakter Test nach Fisher*

Dieser Test prüft ebenso Abhängigkeit bzw. Unabhängigkeit von Variablen und wird damit wie der Chi-Quadrat-Test eingesetzt, um zu ermitteln, ob Unterschiede signifikant sind. Beim

⁵¹⁷ Vgl. Ebermann, Erwin: Grundlagen statistischer Auswertungsverfahren. Im Internet: <http://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/quantitative/quantitative-94.html> (zuletzt eingesehen am 17.3.2014).

Chi-Quadrat-Test kann allerdings eine niedrige Fallzahl für Unschärfen sorgen. Um diese zu vermeiden, wurde der *exakte Test nach Fisher* angewendet. Auch bei einer niedrigen Fallzahl kann hiermit ein exakter Wert ermittelt werden.

- *T-Test*

Der T-Test vergleicht die Mittelwerte von Variablen. Dabei wird überprüft, ob auftauchende Unterschiede „zufällig (=Nullhypothese)“ bestehen oder „ob es zwischen den Werten zweier Variablen bedeutsame, signifikante Unterschiede gibt (Alternativhypothese).“⁵¹⁸

- *U-Test nach Mann-Whitney:*

Als Voraussetzungen für den vorher genannten T-Test gelten eine Normalverteilung und ein Intervallskalenniveau. Als Alternative zum T-Test kann der U-Test nach Mann und Whitney verwendet werden. Wie beim T-Test werden auch hier die Mittelwerte zweier Stichproben miteinander verglichen.

⁵¹⁸ Paier, Dietmar: Quantitative Sozialforschung. Eine Einführung. Wien 2010. S. 140.

20.5 Untersuchungsergebnisse

Der Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund erweist sich im Rahmen der Befragung von österreichischen TV-JournalistInnen als überraschend hoch. 95 Personen haben die Frage nach dem Migrationshintergrund beantwortet, davon 20 positiv.⁵¹⁹ Dies entspricht einem Prozentsatz von 21,1 Prozent. Zwei Personen gaben an, über eine deutsche Staatsbürgerschaft zu verfügen, wiesen sich allerdings keinen Migrationshintergrund zu. Diese wurden in weiterer Folge als „Personen mit Migrationshintergrund“ gewertet. Damit ergibt sich ein Anteil von 23,2 Prozent mit erweitertem Migrationshintergrund. Hierbei muss erwähnt werden, dass es sich nicht um die häufig verwendete Definition von „Migrationshintergrund“ als „Person, die selbst oder deren beide Elternteile aus einem anderen Staat zugewandert sind“ handelt, sondern Befragte mit einem zugewanderten Elternteil bereits als Personen mit „Migrationshintergrund“ gewertet wurden. Diese Variante wurde gewählt, um einen breiteren Kreis von Menschen, die mit Zuwanderung in Verbindung stehen, über ihre Erfahrungen befragen zu können. In weiterer Folge wurde der Migrationshintergrund noch weiter präzisiert, indem gefragt wurde, welche Familienmitglieder zugewandert waren.

20.5.1 Diversität in den TV-Sendern

Wendet man die gängigere Definition von Migrationshintergrund an und zählt nur jene Personen, die selbst oder deren beide Elternteile nach Österreich zugewandert sind, als Personen mit Migrationshintergrund, können unter den befragten TV-JournalistInnen zwölf Personen ermittelt werden, die dieser Definition entsprechen – was einem Anteil von 12,6 Prozent entspricht. Für die weiteren Fragestellungen wurde jeweils der Migrationshintergrund im weiteren Sinne verwendet. „Migrationshintergrund“ bzw. „Personen mit ausländischen Wurzeln“ meint in der folgenden Auswertung demnach jene Personen, die zumindest über einen ausländischen Elternteil verfügen.

	Häufigkeit	Gültige Prozent
Mit erweitertem Migrationshintergrund	22	23,2
Mit Migrationshintergrund	12	12,6

Tabelle 1 Anteil der RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in TV-Sendern

⁵¹⁹ Die Frage lautete „Haben Sie Migrationshintergrund?“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Ja“ und „Nein“.

Die Hälfte der JournalistInnen, die sich einen Migrationshintergrund zuschreiben, ist selbst zugewandert. Die meisten von jenen, die ihren Heimatkontext bekanntgaben, kamen aus Deutschland, jeweils eine Person aus Italien, Tschechien, dem Iran und der Türkei. Zwei Personen gaben nicht an, aus welchem Land sie zugewandert sind. Die andere Hälfte der JournalistInnen mit Migrationshintergrund gab an, dass Familienmitglieder aus dem Ausland zugewandert waren. In einzelnen Fällen kamen drei Generationen nach Österreich, in den meisten Fällen waren es allerdings die Eltern und hier häufig nur ein Elternteil.

Selbst zugewandert aus	Deutschland	Italien	Türkei	Tschechien	Iran	Keine Angabe
Anzahl der Personen	6	1	1	1	1	2
Anteil in Prozent	50	8,3	8,3	8,3	8,3	16,6

Tabelle 2 Herkunftsländer der befragten TV-RedakteurInnen mit engerem Migrationshintergrund

59 Prozent der Personen mit zumindest einem zugewanderten Elternteil verfügen über die österreichische Staatsbürgerschaft,⁵²⁰ darunter waren auch drei Personen, die eine Doppelstaatsbürgerschaft angaben. Noch einmal erwähnt seien jene beiden Personen, die sich selbst keinen Migrationshintergrund zuschrieben, obwohl sie deutsche Staatsbürger sind – hier wurde offenbar davon ausgegangen, dass der deutsche Heimatkontext nicht als Migrationsbiographie gewertet werden kann.

In weiterer Folge wurden die Daten der JournalistInnen mit Migrationshintergrund jenen ohne Migrationsbiographie gegenübergestellt. Dabei muss berücksichtigt werden, dass die beiden Gruppen aufgrund der unterschiedlichen Größe der Stichprobe für eine repräsentative Aussage nicht aussagekräftig sind. Dennoch wurden zum Teil signifikante Zusammenhänge zwischen dem Migrationshintergrund und den Einstellungen zum Thema Integration und Journalismus festgemacht. Des Weiteren wurden die JournalistInnen mit Migrationshintergrund über die Erfahrungen mit ihrer Biographie im Berufsleben befragt.

⁵²⁰ Die Frage lautete „Über die Staatsbürgerschaft welches Landes bzw. welcher Länder verfügen Sie?“. Das Land bzw. die Länder konnten aus einer Liste an Staaten ausgewählt werden.

In drei von vier der untersuchten TV-Sender waren JournalistInnen mit Migrationshintergrund vertreten, lediglich bei *ATV* wurde kein/e MitarbeiterIn mit Migrationshintergrund verzeichnet. Bei den übrigen drei TV-Sendern *ORF*, *Puls4* und *ServusTV* konnte ein überraschend hoher Anteil an MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund festgestellt werden.

Beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk *ORF* hatten 60 Personen die Frage nach ihrem Migrationshintergrund beantwortet – davon gaben 12 Personen an, ausländische Wurzeln zu haben. Das entspricht einem Anteil von 19 Prozent. Einen Migrationshintergrund im engeren Sinne hatten 8,3 Prozent der Befragten. Bei *Puls4* hatten von 15 TeilnehmerInnen vier Personen einen Migrationshintergrund im weiteren Sinne, sprich 25 Prozent, und 6,6 Prozent waren selbst oder deren beide Eltern zugewandert. Der Sender *ServusTV* weist einen noch höheren Anteil an MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund auf: Hier hatten 13 Personen die Frage nach den eigenen Wurzeln beantwortet, fünf Personen gaben an, selbst ausländische Wurzeln zu haben. Das entspricht einem Anteil von 38,5 Prozent mit erweitertem Migrationshintergrund. Einen Migrationshintergrund im engeren Sinn hatten 30,8 Prozent der Befragten.

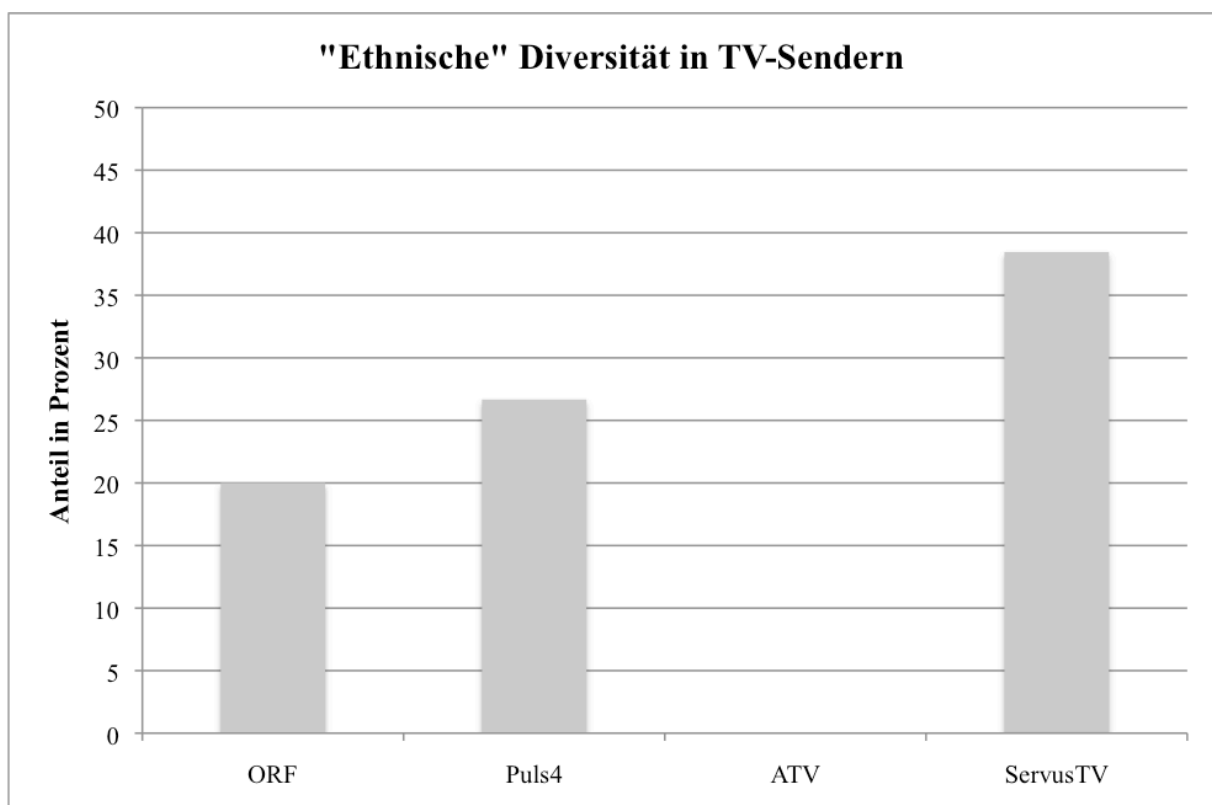


Abbildung 4 Anteil der RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln in österreichischen TV-Sendern

Hier muss davon ausgegangen werden, dass gerade jene TV-JournalistInnen, die selbst eine Zuwanderungsbiographie haben, Interesse am Thema „Diversität in TV-Sendern“ zeigen und womöglich eher dazu bereit sind, eine derartige Studie zu unterstützen. Diese Umstände können nicht den Befund entkräften, dass Personen mit Migrationshintergrund in den österreichischen TV-Sendern beschäftigt sind und dass es sich dabei um einen höheren Anteil handelt, als frühere Studien angenommen hatten.⁵²¹

20.5.2 Altersstruktur unter den TV-JournalistInnen

Werden die Angaben zur Person von JournalistInnen mit Migrationshintergrund und jenen mit österreichischen Wurzeln verglichen, zeigt sich hier eine relativ ähnliche Altersstruktur.⁵²² Die größte Altersgruppe ist in beiden Personenkreisen jene der 30 bis 39-Jährigen, wobei der/die durchschnittliche TV-JournalistIn mit Migrationshintergrund ein wenig jünger ist als der/die durchschnittliche KollegIn ohne Migrationshintergrund.⁵²³ Die Berechnung des T-Tests zeigte keine signifikanten Unterschiede in der Altersverteilung zwischen der Gruppe der Personen mit ausländischen Wurzeln und den autochthonen JournalistInnen.

⁵²¹ Vgl. Herczeg, Gesellschaft, S. 185.

⁵²² Die Frage lautete „Wie alt sind Sie?“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Unter 20 Jahre“, „20-29 Jahre“, „30-39 Jahre“, „40-49 Jahre“, „50-59 Jahre“ und „Über 60 Jahre“.

⁵²³ Der Mittelwert liegt bei der Gruppe mit Migrationshintergrund bei 3,24 (3 = 30-39 Jahre) und bei jener ohne Migrationshintergrund bei 3,36.

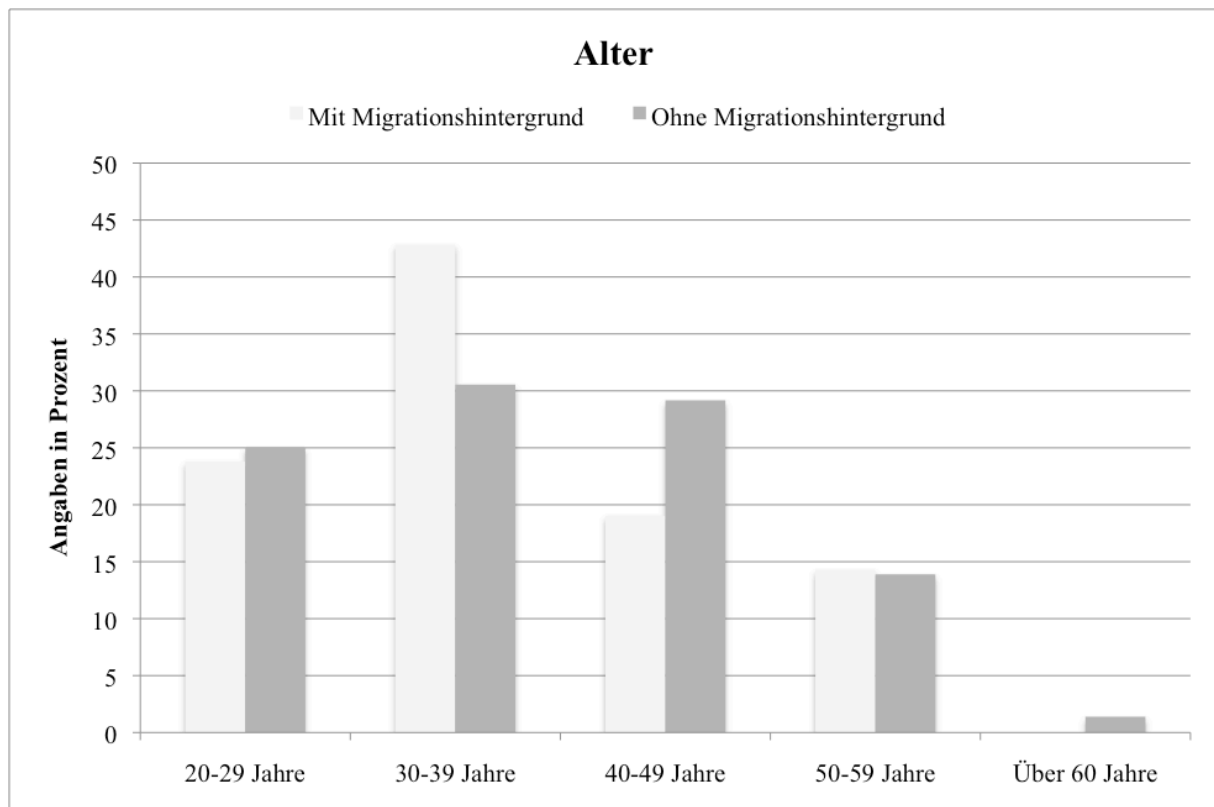


Abbildung 5 Altersverteilung unter den TV-JournalistInnen, Vergleich der Angaben von TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

20.5.3 Dauer im Journalismus

Die Altersverteilung unter den JournalistInnen spiegelt sich auch in ihren Berufsjahren wider.⁵²⁴ Der/die durchschnittliche TV-Journalist/-in ist bereits länger als zehn Jahre im Journalismus tätig. Werden die Ergebnisse der Gruppe mit Migrationshintergrund und jene der autochthonen JournalistInnen gegenübergestellt, so liegt der Mittelwert zwar jeweils bei der Dauer von 6-10 Jahren im Journalismus, dennoch zeigen sich Unterschiede in der Verteilung. Unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund wurde bei der Frage „Wie lange arbeiten Sie im Journalismus?“ am häufigsten 6 bis 10 Jahre als Antwort angegeben, bei den JournalistInnen ohne Migrationshintergrund war die größte Gruppe jene, die bereits länger als 20 Jahre im Journalismus tätig ist. Der U-Test nach Mann und Whitney zeigte dennoch mit $z = 740,000$, $p = 0,571$ keine signifikanten Unterschiede zwischen JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln und jenen mit österreichischer Herkunft.

⁵²⁴ Die Frage lautete „Wie lange arbeiten Sie im Journalismus?“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Bis zu 2 Jahre“, „3-5 Jahre“, „6-10 Jahre“, „11-15 Jahre“, „15-20 Jahre“ und „Länger als 20 Jahre“.

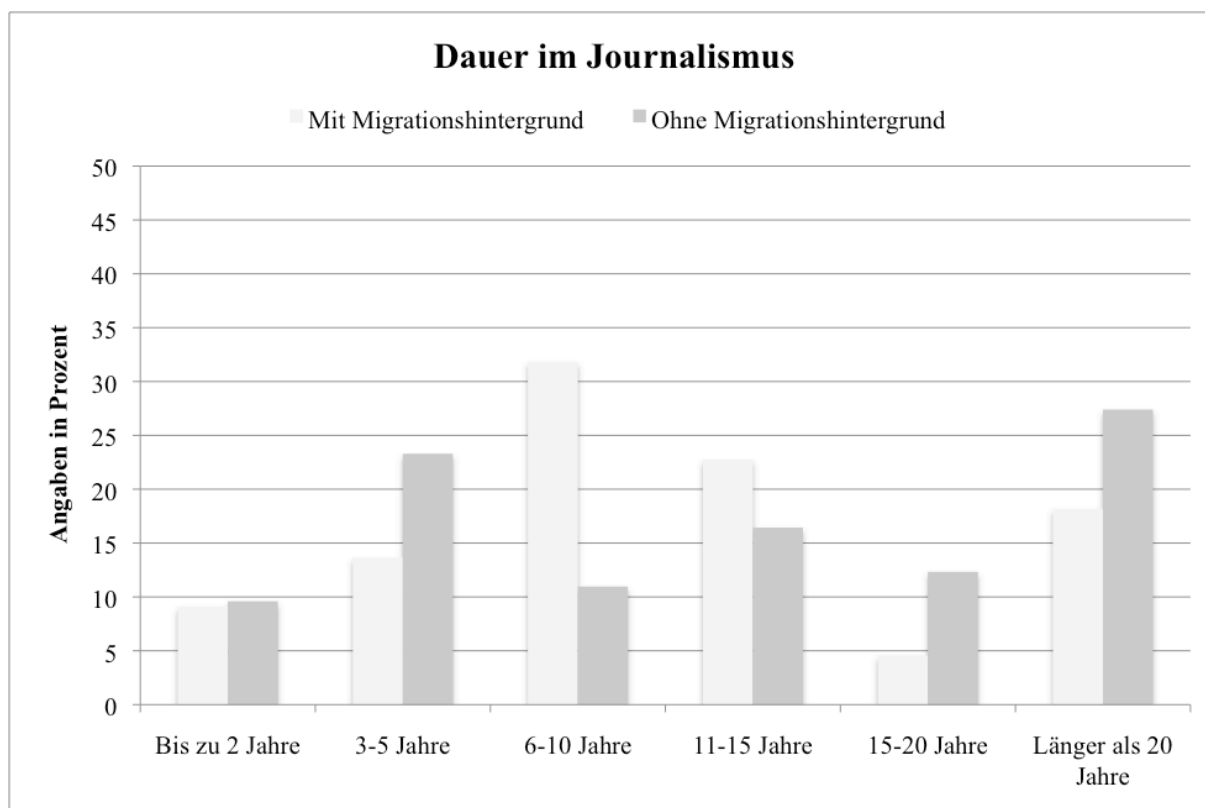


Abbildung 6 Zeitraum, in dem TV-RedakteurInnen im Journalismus arbeiten, Vergleich der Angaben von Personen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

20.5.4 Geschlecht und Migrationshintergrund

Was die Geschlechterverteilung betrifft, so waren unter den befragten TV-JournalistInnen 53,7 Prozent männlich und 46,3 Prozent weiblich.⁵²⁵ Der Frauen-Anteil entspricht damit jenem vorangegangener Untersuchungen.⁵²⁶ Werden hier JournalistInnen mit Migrationshintergrund und JournalistInnen ohne Migrationshintergrund getrennt betrachtet, so zeigt sich unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund ein Männer-Anteil von 59,1 Prozent. Der Frauen-Anteil liegt bei 40,9 Prozent. Unter den JournalistInnen ohne Migrationshintergrund war der Frauen-Anteil mit 47,9 Prozent höher als unter den KollegInnen mit ausländischen Wurzeln. Der Männer-Anteil betrug in dieser Gruppe 52,1 Prozent. Die Berechnung des Chi-Quadrat-Tests nach Pearson zeigte allerdings kein signifikantes Ergebnis, $\chi^2 = 0,337$, p (nach dem exakten Test nach Fisher) = 0,631. Damit gibt es keine signifikanten Unterschiede in der Geschlechterverteilung abhängig vom Migrationshintergrund.

⁵²⁵ Die Frage lautete „Ihr Geschlecht“. Die Antwortmöglichkeiten lauteten „weiblich“ und „männlich“.

⁵²⁶ Vgl. Kaltenbrunner, Andy [u.a.]: Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher. Eine empirische Erhebung. Wien 2007. S. 89.

20.5.5 Ausbildung und Studium

Bei der Untersuchung der Ausbildung und des Bildungsstands der befragten JournalistInnen fällt vor allem eines auf: Die Ähnlichkeiten zwischen den TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund und jenen ohne überwiegen. Sowohl bei der Frage nach einem etwaigen Studium⁵²⁷ als auch bei der höchsten abgeschlossenen Ausbildung⁵²⁸ zeichnet sich ein ähnliches Bild ab: Während 86,4 Prozent der JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln zumindest ein Studium begonnen haben, sind es bei den JournalistInnen ohne Migrationshintergrund 91,8 Prozent. 61 Prozent der TV-JournalistInnen ohne Migrationshintergrund haben zumindest ein Bachelorstudium absolviert, bei den JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln sind es 52,6 Prozent, wobei wesentlich weniger JournalistInnen mit Migrationshintergrund ein Diplomstudium abgeschlossen haben als ihre KollegInnen ohne ausländische Wurzeln. Die Berechnung des Chi-Quadrat-Test ergab keinen signifikanten Zusammenhang, $\chi^2 = 12,401$, $p = 0,134$.

Insgesamt ergab sich unter den befragten TV-JournalistInnen ein Akademikeranteil von 59,4 Prozent. Diese Zahlen überraschen in Hinblick auf frühere Untersuchungen. So wurde im 1. Journalisten-Report für Österreich im Jahr 2007 eine Akademikerquote unter TV-JournalistInnen von 38 Prozent verzeichnet. Ein Grund für diesen eklatanten Unterschied könnte im Ausbau der Bachelor-Studien an den österreichischen Universitäten liegen. Allerdings beläuft sich der AkademikerInnen-Anteil unter den befragten TV-JournalistInnen auch ohne den Bachelor-Abschluss auf 50 Prozent. Vor allem unter den jüngeren TV-JournalistInnen ist der AkademikerInnenanteil besonders hoch. Bei den 20-29-Jährigen verfügen 59 Prozent über zumindest ein abgeschlossenes Diplomstudium, insgesamt liegt der Anteil mit jenen, die ein Bachelor-Studium abgeschlossen haben, bei 72,6 Prozent.

⁵²⁷ Die Frage lautete „Haben Sie studiert?“. Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Ja“ und „Nein“. In weiterer Folge wurde die Frage gestellt: „Was haben Sie studiert?“. Hier konnten aus einer Liste an Studienrichtungen die zutreffende(n) ausgewählt werden.

⁵²⁸ Die Frage lautete „Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?“. Hier konnte aus einer Liste an Abschlüssen der zutreffende ausgewählt werden.

	Studium	Kein Studium	Gesamt
JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln	86,4 %	13,6 %	100 %
Autochthone JournalistInnen	91,8 %	8,2 %	100 %

Tabelle 3 Studium – Vergleich zwischen TV-JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln und ohne Migrationshintergrund (Angaben in Prozent)

20.5.6 Postenbesetzung und Hierarchieebenen in den TV-Unternehmen

Die Daten weisen auf ein ähnliches Bildungsniveau zwischen JournalistInnen mit Migrationshintergrund und jenen ohne Wurzeln im Ausland hin, dies äußert sich in weiterer Folge auch in den Postenbesetzungen in den TV-Unternehmen. Sowohl unter JournalistInnen mit Migrationshintergrund als auch unter jenen ohne ausländische Wurzeln war „RedakteurIn“ die häufigste Berufsbezeichnung.⁵²⁹ 77,3 Prozent der JournalistInnen mit Migrationshintergrund gaben an, als RedakteurIn beschäftigt zu sein, unter den KollegInnen ohne ausländische Wurzeln sind es 60,3 Prozent.

Auffällig hierbei ist, dass sich zwar ein relativ hoher Anteil an JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den österreichischen TV-Redaktionen befindet, allerdings unter den befragten MitarbeiterInnen mit ausländischen Wurzeln niemand als ModeratorIn beschäftigt war. Auch auf den oberen Hierarchieebenen der Unternehmen sind Personen mit Migrationshintergrund nur vereinzelt vertreten, wobei unter den Befragten generell nur ein kleiner Prozentsatz auf diesen Ebenen agiert. So waren unter den TV-JournalistInnen ein Chefredakteur mit Migrationshintergrund und eine Chefredakteurin ohne Migrationshintergrund. Unter den CheffInnen vom Dienst fand sich dagegen nur eine Person mit Migrationshintergrund, dem gegenüber 13 Personen ohne Wurzeln im Ausland, prozentuell bedeutet das einen Anteil von 4,5 Prozent unter den JournalistInnen mit

⁵²⁹ Die Frage lautete „Wie lautet Ihre Berufs- bzw. Funktionsbezeichnung?“. Die Antwortmöglichkeiten lauteten „RedakteurIn“, „ReporterIn“, „ModeratorIn“, „CheffIn vom Dienst“, „ChefredakteurIn“, „LeiterIn einer Abteilung“ und „Andere Berufs- und Funktionsbezeichnung“.

Migrationshintergrund gegenüber einem Anteil von 17,8 Prozent unter den MitarbeiterInnen mit österreichischen Wurzeln. Die Berechnung des Chi-Quadrat-Tests – korrigiert mit dem exakten Test nach Fisher – ergab mit $\chi^2 = 2,367$, $p = 0,177$ kein signifikantes Ungleichgewicht abhängig vom Migrationshintergrund.

In den unterschiedlichen Ressorts lassen sich nur in den Bereichen Wirtschaft und Sport eklatante Unterschiede in der Repräsentanz von JournalistInnen mit und ohne Migrationshintergrund festmachen.⁵³⁰ Während von den JournalistInnen mit Migrationshintergrund nur 9,1 Prozent im Sport-Ressort arbeiten, sind es bei den JournalistInnen ohne Zuwandererbiographie 20,5 Prozent. Ein ähnliches Bild wie im Sportressort zeigt sich auch im Wirtschaftsressort. Zwei Personen mit Migrationshintergrund arbeiteten für dieses Ressort, während es unter den JournalistInnen mit österreichischen Wurzeln 16 Personen waren – was einem Anteil von 21,9 Prozent gegenüber einem Anteil von 9,1 Prozent entspricht. Am häufigsten sind TV-MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund in den Ressorts Chronik und Unterhaltung vertreten: Jeweils acht Personen sind in diesen Unternehmensbereichen beschäftigt, das entspricht einem Anteil von jeweils 36,4 Prozent der Personen mit ausländischen Wurzeln.

20.5.7 Einstieg und Aufstieg im Journalismus

Der Großteil der TV-JournalistInnen sieht den Einstieg in das Berufsfeld als große Herausforderung. Auf die Frage „Wie beurteilen Sie generell die Einstiegschancen im österreichischen Journalismus?“ antworten 57 Prozent mit „Schlecht“, 9,6 Prozent halten diese für „Sehr schlecht“. 30,7 Prozent der TV-JournalistInnen bewerten die Einstiegschancen als „Gut“, 2,6 Prozent als „Sehr gut“. Werden die Antworten von JournalistInnen mit Migrationshintergrund und jenen ohne Migrationshintergrund verglichen, zeigt sich unter jenen mit ausländischen Wurzeln ein größerer Optimismus. Während 30,1 Prozent der Befragten mit österreichischen Wurzeln die Einstiegschancen als „Gut“ beurteilen und niemand diese als „Sehr gut“ einstufte, bewerten unter den Personen mit Migrationshintergrund 9,1 Prozent diese mit „Sehr gut“ bzw. 36,4 Prozent mit „Gut“. Die Berechnung des U-Tests nach Mann und Whitney ergab mit $z = 692,500$, $p = 0,274$ keinen statistisch signifikanten Unterschied zwischen der Gruppe der Personen mit Migrationshintergrund und jener der Personen ohne ausländische Wurzeln.

⁵³⁰ Die Frage lautete „In welchem Ressort bzw. in welchen Ressorts sind Sie tätig?“. Aus einer Liste an Ressortbezeichnungen konnte die zutreffende ausgewählt werden.

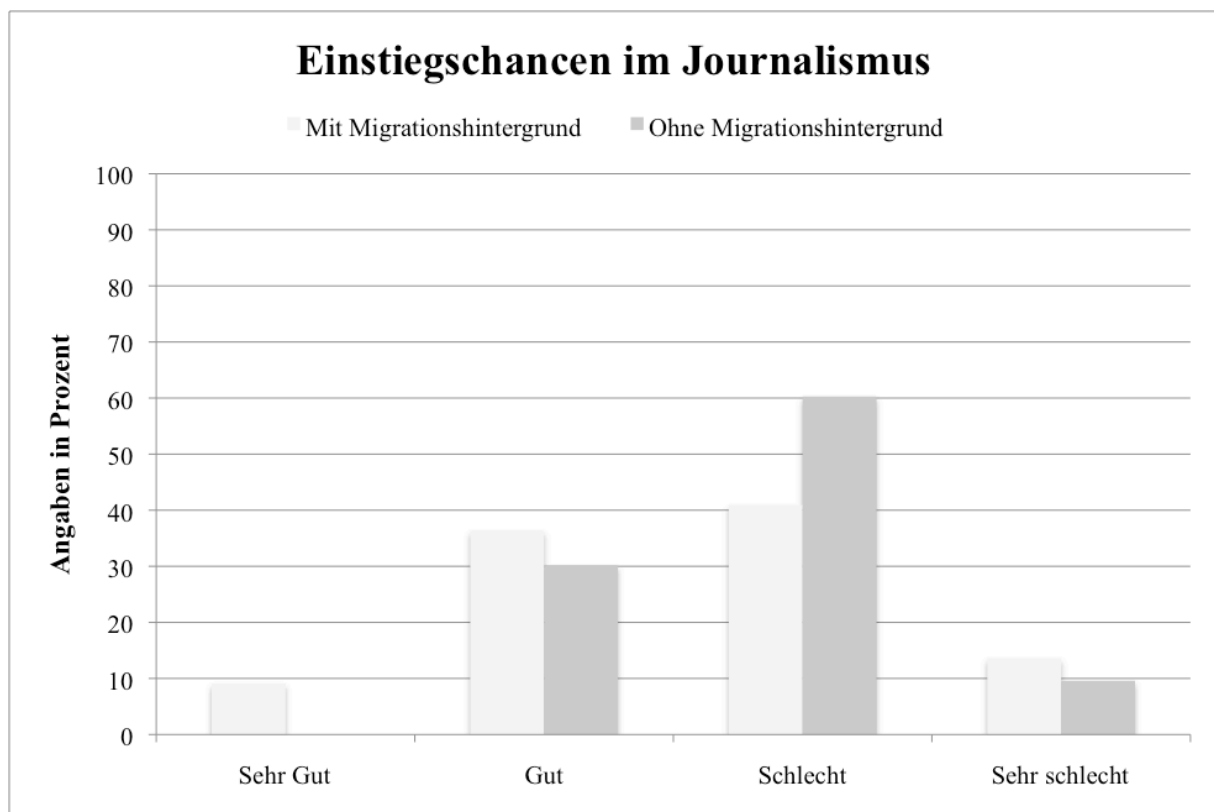


Abbildung 7 Bewertung der Einstiegschancen im Journalismus, Vergleich zwischen TV RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

Während in Bezug auf generelle Einstiegschancen der Optimismus eher bei den JournalistInnen mit Migrationshintergrund liegt, verhält es sich beim persönlichen Einstieg umgekehrt. Bei der Frage „Wie einfach oder schwierig war für Sie persönlich der Einstieg in den Journalismus?“⁵³¹ waren 67,9 Prozent der befragten TV-JournalistInnen der Meinung, dass der Einstieg in den Journalismus für sie persönlich kein großes Problem darstellte. 12,8 Prozent geben an, der Einstieg sei „Sehr einfach“ gewesen, 55 Prozent stufen ihn als „Einfach“ ein.

Werden die Angaben der TV-JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln jenen ohne Migrationshintergrund gegenüber gestellt, so zeigt sich, dass die JournalistInnen mit österreichischen Wurzeln diesen als einfacher empfanden. 12,3 Prozent der TV-JournalistInnen ohne Migrationshintergrund bewerteten den persönlichen Einstieg als „Sehr einfach“, 60,3 Prozent als „Einfach“. Unter den TV-JournalistInnen mit

⁵³¹ Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Sehr einfach“, „Einfach“, „Schwierig“, „Sehr schwierig“.

Migrationshintergrund waren 9,1 Prozent der Meinung, ihr Einstieg in den Journalistenberuf sei „Sehr einfach“ gewesen, 45,5 Prozent empfanden diesen als „Einfach“. Der U-Test nach Mann und Whitney ergab hier keinen signifikanten Unterschied abhängig vom Migrationshintergrund. Die Berechnung ergab $z = 637,000$, $p = 0,099$.

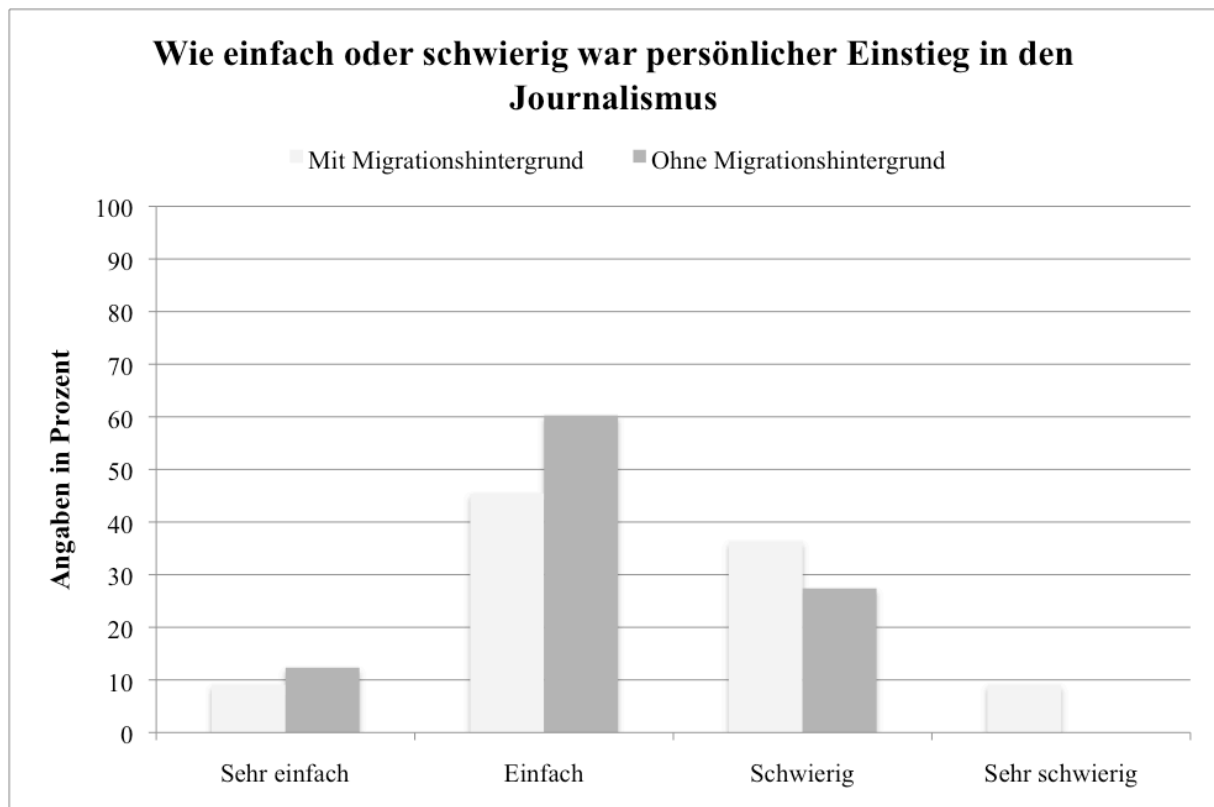


Abbildung 8 Bewertung des persönlichen Einstiegs in den Journalismus, Vergleich zwischen TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

Gefragt nach den Gründen, die entscheidend für den erfolgreichen Einstieg in den Journalismus waren, zeichnet sich bei den JournalistInnen mit Migrationshintergrund eine Tendenz zur aktiven Steuerung ab.⁵³² So sind Faktoren, die persönlich beeinflusst werden können, aus ihrer Sicht weit bedeutender als solche, auf die die Betroffenen keinen Einfluss nehmen können, und Leistungen, die von anderen für sie erbracht werden. Konkret äußert sich das etwa in einer starken Zustimmung bei beeinflussbaren Faktoren wie etwa einer guten Ausbildung, Talent oder auch persönlichem Engagement, dagegen werden Faktoren wie

⁵³² Die Frage lautete „Was war für Sie persönlich entscheidend für den erfolgreichen Einstieg in den Journalismus?“. Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Eine gute Ausbildung“, „Talent“, „Gute Netzwerke“, „Engagement und Beharrlichkeit“, „Ich habe eine Chance bekommen“, „Glück“, „Weiß nicht“, „Sonstiges“.

Glück oder Netzwerke weniger stark gewichtet als dies bei Befragten ohne Migrationshintergrund der Fall ist. Während etwa 45,5 Prozent der JournalistInnen mit Migrationshintergrund der Meinung sind, eine gute Ausbildung spiele eine entscheidende Rolle für den Einstieg in den Journalismus, sind es unter den JournalistInnen ohne Migrationshintergrund nur 32,9 Prozent. 59,1 Prozent der JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln glauben, dass persönliches Engagement in diesem Zusammenhang wichtig ist, ein ähnliches Ergebnis zeichnet sich auch bei den JournalistInnen ohne Migrationshintergrund ab: Hier geben 60,3 Prozent an, dass persönliches Engagement von Bedeutung ist. Umgekehrt sehen 39,7 Prozent der JournalistInnen ohne Migrationshintergrund Glück als bedeutsam für den Einstieg in den Journalismus, bei den JournalistInnen mit Migrationshintergrund sind es nur 27,3 Prozent. Überraschend unbedeutend sind für die Befragten Netzwerke, die vielfach als *das* „Wundermittel“ beim Einstieg in den Beruf gesehen werden. Unter den JournalistInnen ohne Migrationshintergrund werten 26 Prozent diesen Faktor als entscheidend für den Einstieg in den Journalismus, unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund sind es 22,7 Prozent. Generell sieht die Mehrheit der TV-JournalistInnen den Erhalt einer Chance als entscheidend für ihren persönlichen Einstieg in den Journalismus, 57,5 Prozent der Befragten geben dies in der Umfrage an.

20.5.8 Diskriminierung als gängiges Phänomen

Bei der Untersuchung des Berufsalltags von TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund ist die Frage nach möglichen Barrieren beziehungsweise Diskriminierung bedeutend. Um auf diesem Weg auch Diskriminierungen anderer Art als jene aufgrund des Migrationshintergrundes festmachen zu können, wurden allen TV-JournalistInnen die Frage gestellt: „Sind Sie in Ihrem Beruf jemals diskriminiert worden?“⁵³³. Das Ergebnis überrascht einigermaßen: 42,4 Prozent der Befragten sehen sich in ihrem Beruf definitiv bzw. vermutlich diskriminiert. 19,2 Prozent der TV-JournalistInnen sind der Meinung, sie wurden definitiv diskriminiert, 23,2 Prozent geben an, vermutlich Opfer von Diskriminierung geworden zu sein.

⁵³³ Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Ja“, „Vermutlich ja“, „Vermutlich nein“, „Nein“, „Weiß nicht“.

Am häufigsten wurde Diskriminierung aufgrund des Geschlechts angegeben⁵³⁴ – 16,7 Prozent der Befragten fühlen sich wegen ihres Geschlechts Diskriminierung ausgesetzt, aber auch Diskriminierung aufgrund des Alters wird von 9,2 Prozent der befragten TV-JournalistInnen genannt. Diskriminierung aufgrund der Herkunft erwähnen 2,5 Prozent der Befragten. Bemerkenswert scheint in diesem Zusammenhang, dass vier der Befragten bei den nicht-vordefinierten, sonstigen Diskriminierungsgründen parteipolitische Gründe angaben, was einem Anteil von 3,3 Prozent und damit einem höheren Anteil als Diskriminierung aufgrund der Herkunft entspricht. Daneben wurden weitere Gründe wie sexuelle Ausrichtung (0,8 Prozent) oder auch Krankheit (0,8 Prozent) genannt.

Werden die Angaben von TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund und jenen ohne ausländische Wurzeln in dieser Frage gegenübergestellt, so zeigt sich, dass sich im Verhältnis weniger JournalistInnen mit Migrationshintergrund Diskriminierung ausgesetzt fühlen als ihre KollegInnen ohne Migrationsbiographie. Während unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund 15 Prozent angeben, diskriminiert worden zu sein, und 20 Prozent angeben, vermutlich diskriminiert worden zu sein, sind es unter den KollegInnen ohne Migrationshintergrund jeweils 22,1 Prozent, die sich diskriminiert bzw. vermutlich als Diskriminierungsopfer sehen. Die Berechnung des U-Tests nach Mann und Whitney ergab kein signifikantes Ungleichgewicht bei der Verteilung in Bezug auf Diskriminierung in Abhängigkeit vom Migrationshintergrund. Die Prüfung ergab $z = 621,000$, $p = 0,540$.

⁵³⁴ Die Frage lautete „Aus welchem Grund sind Sie diskriminiert worden?“. Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Aufgrund meines Geschlechts“, „Aufgrund meines Alters“, „Aufgrund meiner Herkunft“, „Aufgrund meiner Religion“, „Aufgrund körperlicher Beeinträchtigung“, „Weiß nicht“, „Aus einem anderen Grund und zwar:“.

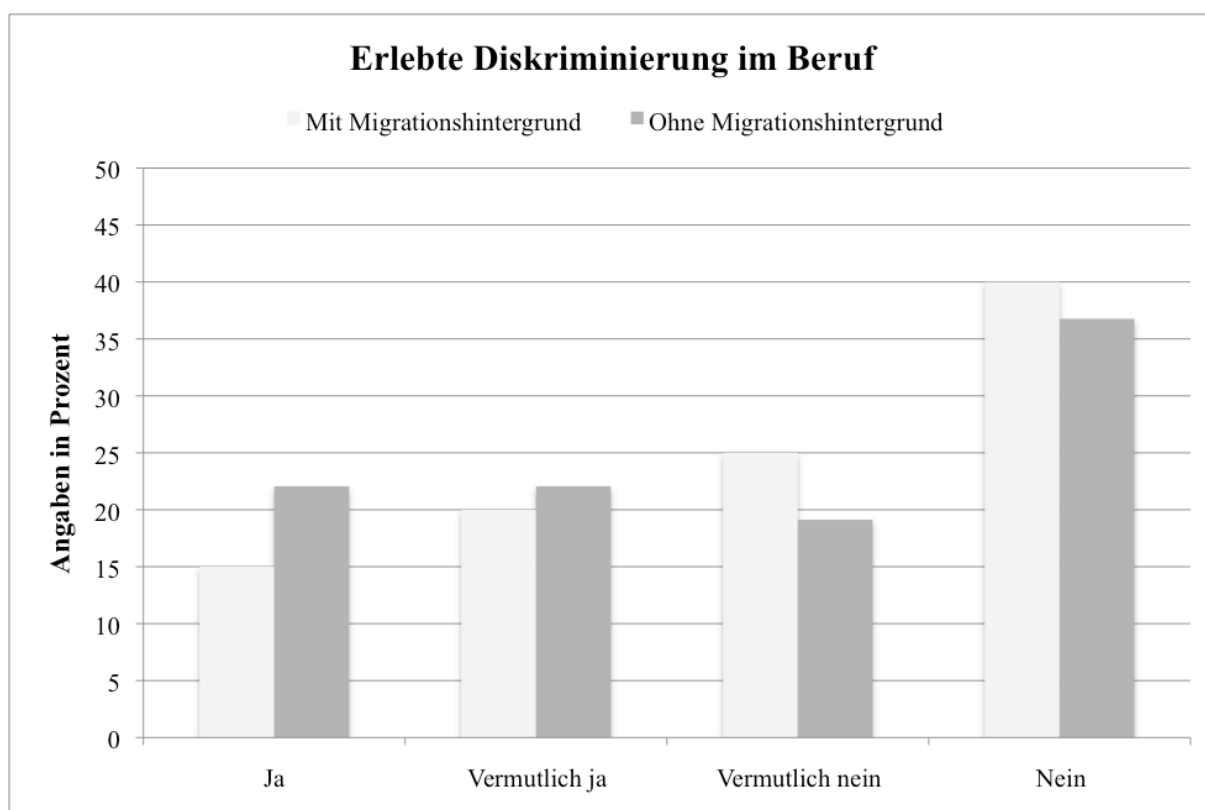


Abbildung 9 Erfahrene Diskriminierung im Berufsleben – Vergleich zwischen TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

Bei der Auswertung der Daten nach TV-Sendern fühlten sich vor allem *ORF*-MitarbeiterInnen in ihrem bisherigen Berufsleben Diskriminierung ausgesetzt: 24,6 Prozent von ihnen geben an, in ihrem Beruf bereits Diskriminierung erlebt zu haben, 28,1 Prozent sind der Meinung, vermutlich diskriminiert worden zu sein. Unter den MitarbeiterInnen des Senders *ServusTV* geben 30,8 Prozent an, Diskriminierung im Beruf ausgesetzt gewesen zu sein, 15,4 Prozent vermuten eine Diskriminierung. Auch 20 Prozent der *ATV*-JournalistInnen geben an, vermutlich Diskriminierung im Beruf erlebt zu haben. Definitiv diskriminiert wollte hier niemand gewesen sein. Bei *Puls4* waren 7,1 Prozent der Befragten der Meinung, in ihrer beruflichen Laufbahn diskriminiert worden zu sein, ein ebenso hoher Prozentsatz an MitarbeiterInnen vermutet eine solche Diskriminierung.⁵³⁵

Generell geben die Ergebnisse zu Diskriminierung zu denken: Die befragten TV-JournalistInnen sehen sich in hohem Ausmaß mit Diskriminierung konfrontiert.

⁵³⁵ Hierbei muss erwähnt werden, dass sich die Frage „Sind Sie in Ihrem Beruf jemals diskriminiert worden?“ auf die gesamte Berufslaufbahn bezog, diese Diskriminierung demnach nicht beim derzeitigen Arbeitgeber stattgefunden haben muss.

Erstaunlicherweise beurteilt die Mehrheit der MitarbeiterInnen der TV-Sender das Unternehmensklima dennoch als positiv. Auf die Frage „Wie ist das Unternehmensklima bei Ihrem aktuellen Arbeitgeber?“⁵³⁶ antworten 15,9 Prozent der Befragten mit „Sehr gut“, 54,2 Prozent bewerten es als „Gut“. Von den TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund wird das Klima beim aktuellen Arbeitgeber als besonders positiv eingestuft. 18,2 Prozent empfinden das Klima als „Sehr gut“, 50 Prozent beurteilten dieses mit „Gut“. 31,8 Prozent empfinden das Klima im Unternehmen als „Weniger Gut“, in der Gruppe der Personen mit Migrationshintergrund gab es allerdings niemanden, der Klima mit „Schlecht“ oder sogar „Sehr Schlecht“ bewertete. Unter den befragten JournalistInnen ohne Migrationshintergrund beurteilten 5,5 Prozent das Unternehmensklima bei ihrem aktuellen Arbeitgeber mit „Schlecht“, 1,4 Prozent mit „Sehr schlecht“. Dennoch ist auch unter den JournalistInnen ohne Migrationshintergrund die Mehrheit positiv eingestellt. 16,4 Prozent empfinden das Unternehmensklima als „Sehr gut“ und 53,4 Prozent als „Gut“. 23,3 Prozent stuften dieses als „Weniger gut“ ein. Auch hier gab es keinen signifikanten Unterschied der Einstellungen in Abhängigkeit vom Migrationshintergrund der Befragten. Die Berechnung des U-Tests nach Mann und Whitney ergab $z = 787,000$, $p = 0,877$.

20.5.9 Diversität als Strategie der TV-Unternehmen?

Wird Diversität in den österreichischen TV-Unternehmen gelebt? Am besten können das wohl die MitarbeiterInnen der jeweiligen Unternehmen beurteilen. In der Untersuchung wurde daher der Frage nachgegangen, ob die österreichischen TV-Sender Diversität in ihrer Unternehmenskultur verankert haben, wie sich dies äußert und wie die TV-JournalistInnen zum interkulturellen Austausch stehen. Dabei wurde bewusst auf die Meinung aller MitarbeiterInnen zurückgegriffen, da auf diese Weise ein Stimmungsbild gewonnen werden kann, das die Innenansicht der TV-Sender wiedergibt.

Die MitarbeiterInnen zeigen sich – angesprochen auf die aktuelle Situation in den TV-Unternehmen – eher skeptisch. Auf das Statement „Im Unternehmen gibt es unter den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine große ethnische Diversität, das heißt, eine Vielfalt an unterschiedlichen Migrationshintergründen“⁵³⁷ antworten 25 Prozent der Befragten mit „Trifft nicht zu“ und 42 Prozent mit „Trifft eher nicht zu“. Acht Prozent sehen dagegen eine Vielfalt

⁵³⁶ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Sehr gut“, „Gut“, „Weniger gut“, „Schlecht“, „Sehr schlecht“.

⁵³⁷ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Trifft zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Trifft nicht zu“, „Weiß nicht“.

an ethnischer Diversität im Unternehmen, 25 Prozent sind der Meinung, dass dies eher zutrifft. Unter den TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund können 52,4 Prozent eine große ethnische Diversität im Unternehmen erkennen – 23,8 Prozent davon definitiv und 28,6 Prozent eher, während dies unter den befragten JournalistInnen ohne Migrationshintergrund nur 4,3 Prozent definitiv bzw. 27,5 Prozent eher so sehen. Dennoch ergab die Berechnung des U-Tests nach Mann und Whitney hier mit $z = 551,500$, $p = 0,081$ kein signifikantes Ergebnis. Dies bedeutet keinen signifikanten Unterschied in der Einschätzung der JournalistInnen mit Migrationshintergrund und der autochthonen RedakteurInnen.

Bemerkenswert erscheinen die Angaben der Befragten im Zusammenhang mit den erhobenen Daten zum Anteil der JournalistInnen mit Migrationshintergrund in österreichischen TV-Sendern. Die Daten zeigen, dass ethnische Diversität in den Medienhäusern vorhanden ist. Umso interessanter scheint in diesem Zusammenhang, dass die Mehrheit der MitarbeiterInnen selbst keine große Diversität wahrnimmt.

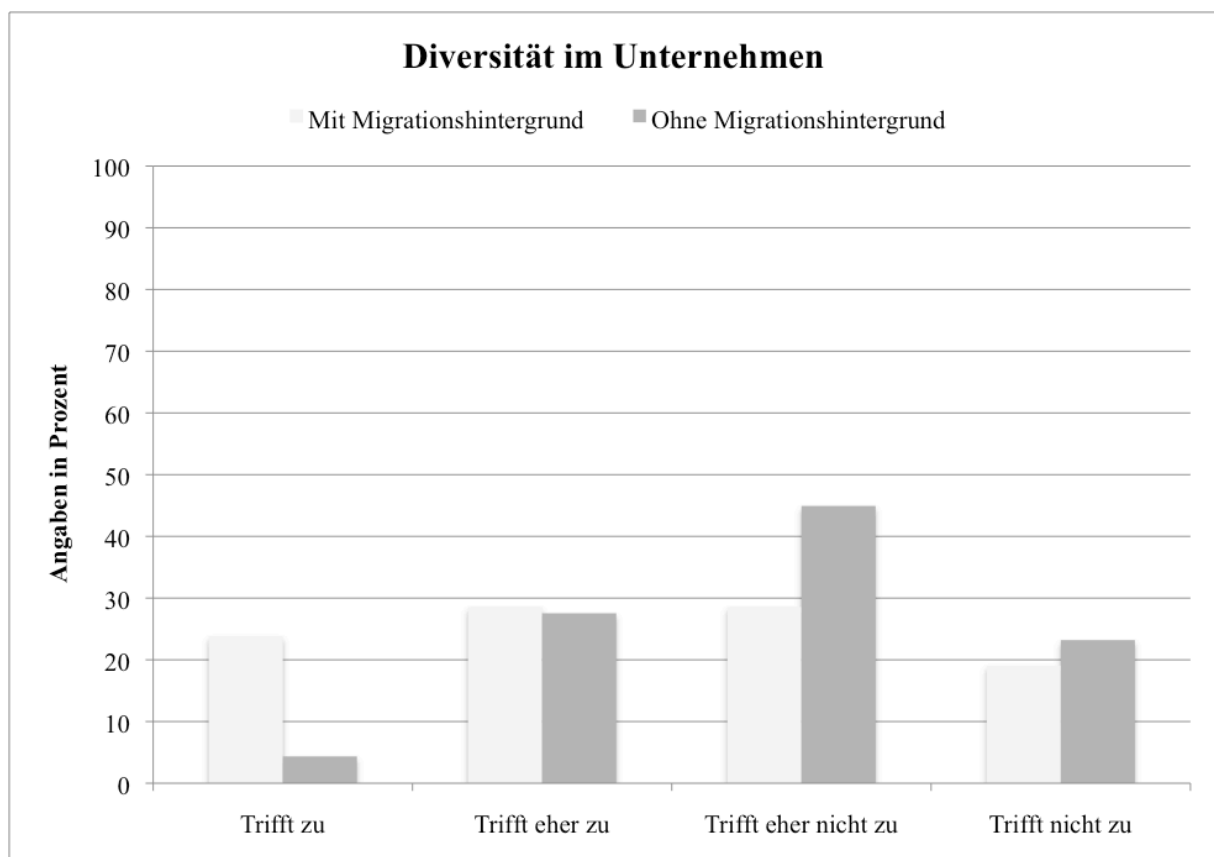


Abbildung 10 Bewertung der „ethnischen“ Diversität im TV-Unternehmen – Vergleich zwischen Personen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

Auch bei einer konkreten Diversity-Strategie der TV-Unternehmen sind die befragten JournalistInnen skeptisch. Dem Statement „Ethnische Diversität ist ein Teil der Unternehmensstrategie meines aktuellen Arbeitgebers“⁵³⁸ stimmen nur 28,5 Prozent, definitiv (7,4 Prozent) bzw. eher (21,1 Prozent) zu. Die JournalistInnen mit Migrationshintergrund sind diesbezüglich etwas skeptischer als ihre KollegInnen. Während hier 9,1 Prozent angeben, ethnische Diversität sei definitiv Teil der Unternehmensstrategie und 22,7 Prozent eher dem zustimmen, gibt es unter den TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund niemanden, der eine derartige Strategie definitiv erkennen kann und nur 21,1 Prozent, die eine solche eher sehen. 57,9 Prozent der befragten JournalistInnen mit Migrationshintergrund glauben eher nicht, dass ihr Arbeitgeber eine solche Strategie verfolgt, 21,1 Prozent sehen definitiv keine Diversity-Strategie. Der U-Test nach Mann und Whitney zeigt allerdings, dass die Beurteilung der Diversity nicht in signifikantem Zusammenhang mit dem Migrationshintergrund steht. Die Berechnung ergab $z = 615,000$, $p = 0,893$, was keinem signifikantem Ergebnis entspricht.

Eine Strategie für Diversity Management wird am häufigsten von den *ServusTV*-MitarbeiterInnen vermutet: 8,3 Prozent nehmen eine solche definitiv wahr, aus Sicht von 25 Prozent der MitarbeiterInnen trifft dies eher zu. Beim Sender *Puls4* ortet ein Drittel der MitarbeiterInnen eher eine solche Strategie, definitiv wollte aber niemand eine derartige Strategie wahrnehmen. Beim öffentlich-rechtlichen *ORF* geben 8,5 Prozent der befragten MitarbeiterInnen, dass der Sender Diversity Management in der Unternehmensstrategie verankert habe, 20,3 Prozent vermuten eher eine solche Ausrichtung. Beim Sender *ATV* kann keine/-r der Befragten eine solche Strategie erkennen.

⁵³⁸ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Trifft zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Trifft nicht zu“, „Weiß nicht“.

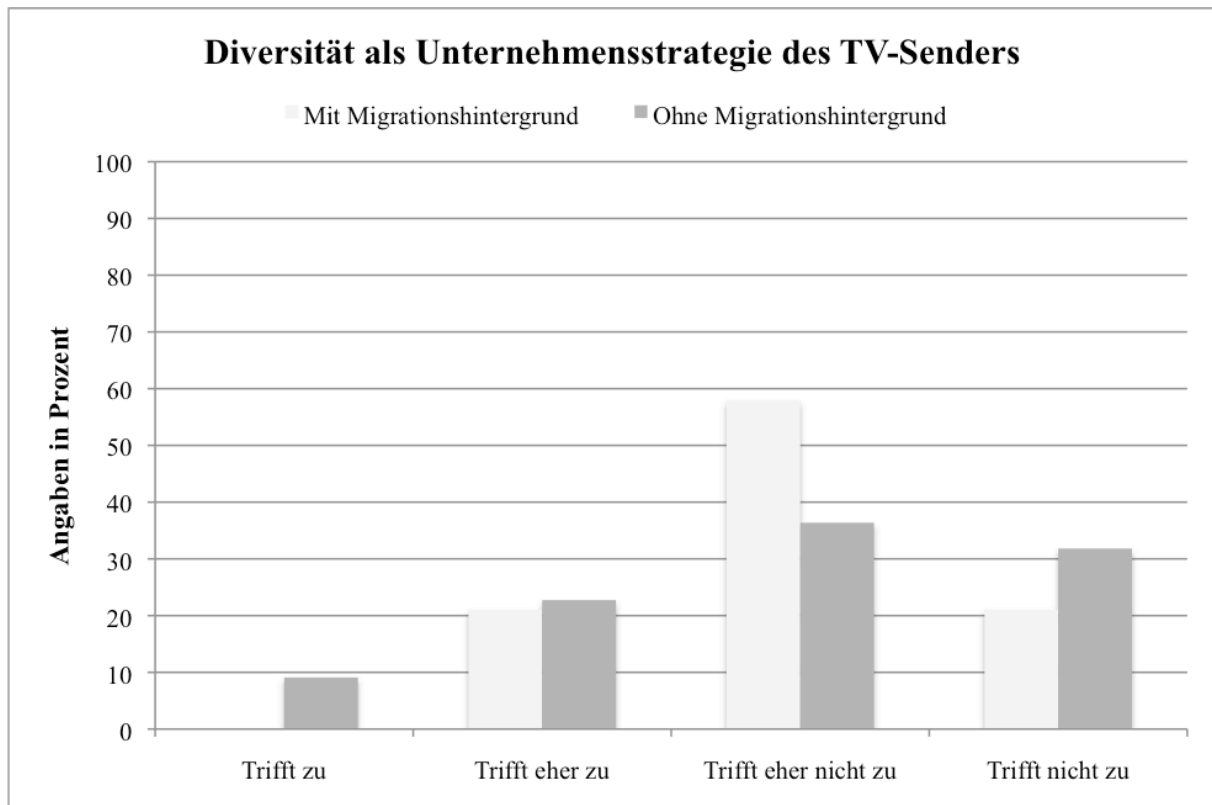


Abbildung 11 Bewertung von „ethnischer“ Diversität als Unternehmensstrategie

20.5.10 Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund

Auch wenn die TV-JournalistInnen selten Anstrengung oder eine konkrete Strategie bei ihren Arbeitgebern vermuten, um ethnische Diversität im Unternehmen zu fördern, so ortet die Mehrheit auch keine Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund innerhalb der TV-Sender.⁵³⁹ 64,7 Prozent gehen davon aus, dass eine Karriere im Unternehmen unabhängig von der Herkunft möglich (27,3 Prozent) bzw. eher möglich (37,4 Prozent) ist. Unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund stimmen dieser Aussage 23,8 Prozent zu, für 38,1 Prozent trifft dies eher zu. Der U-Test nach Mann und Whitney zeigte keine signifikanten Unterschiede in der Auffassung möglicher Barrieren im Unternehmen zwischen Personen mit Migrationshintergrund und autochthonen RedakteurInnen.

⁵³⁹ Das Statement lautete: „Jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin hat im Unternehmen die Möglichkeit, Karriere zu machen. Unabhängig von seiner oder ihrer Herkunft“. Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Trifft zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Trifft nicht zu“, „Weiß nicht“.

Diese Einschätzung spiegelt sich auch in der Frage nach den Auswirkungen der Herkunft auf die Laufbahn von JournalistInnen mit Migrationshintergrund wider.⁵⁴⁰ 37,2 Prozent der befragten JournalistInnen vermuten, dass ein Migrationshintergrund für die Laufbahn definitiv (7,8 Prozent) bzw. eher hemmend (29,4) ist; demgegenüber stehen 25,5 Prozent, die davon ausgehen, dass sich ausländische Wurzeln auf die journalistische Karriere förderlich (5,9 Prozent) bzw. eher förderlich (19,6 Prozent) auswirken und 22,5 Prozent, die vermuten, dass sich der Migrationshintergrund in keiner Weise auf die Laufbahn auswirkt. Die Betroffenen selbst – die JournalistInnen mit Migrationshintergrund – sind hier pessimistischer. Nur 13,6 Prozent gehen davon aus, dass die ausländischen Wurzeln eher förderlich für die Laufbahn im Journalismus sind, 50 Prozent sehen diese dagegen als eher hemmend (27,3 Prozent) bzw. hemmend (22,7 Prozent). 31,8 Prozent vermuten keine Wirkung.

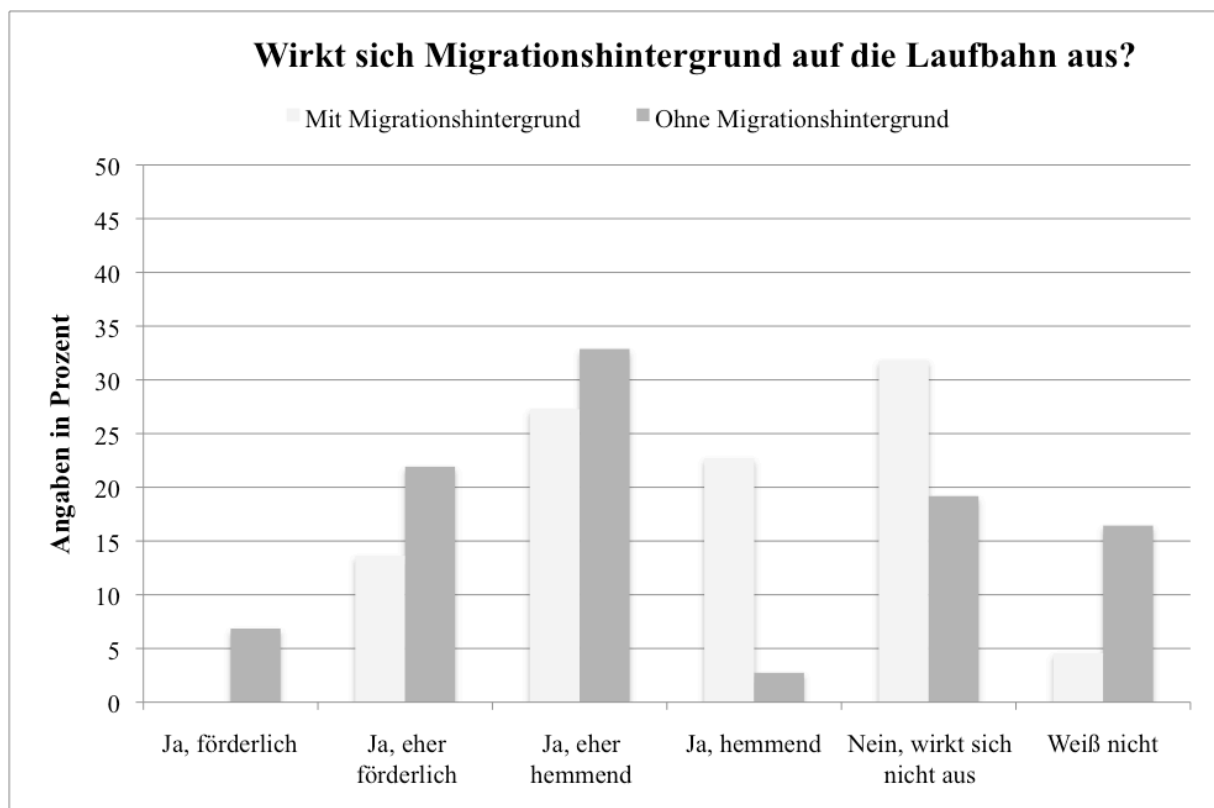


Abbildung 12 Beurteilung einer möglichen Auswirkung des Migrationshintergrundes auf die journalistische Laufbahn, Vergleich zwischen Personen mit Migrationshintergrund und ohne.

⁵⁴⁰ Die Frage lautete: „Denken Sie, dass ein Migrationshintergrund die journalistische Laufbahn generell beeinflusst?“. Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Ja, förderlich“, „Ja, eher förderlich“, „Ja, eher hemmend“, „Ja, hemmend“, „Nein, wirkt sich nicht aus“, „Weiß nicht“.

20.5.11 Interkulturelle Kompetenzen im Arbeitsalltag

Die Daten zeigen, dass ethnische Diversität in Österreichs TV-Sendern durchaus vorhanden ist. Die TV-JournalistInnen bewerten die Mitarbeit von KollegInnen mit ausländischen Wurzeln als durchaus positiv.⁵⁴¹ So sind 28,9 Prozent der Befragten der Meinung, die TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund bringen ihre interkulturellen Kompetenzen in die tägliche Arbeit mit ein. Für 42,2 Prozent trifft dies eher zu. Die Mehrheit der befragten TV-JournalistInnen ist zudem der Meinung, dass ihre Redaktion von den interkulturellen Kompetenzen der JournalistInnen mit Migrationshintergrund definitiv (27,5 Prozent) bzw. eher profitiert (31,9 Prozent).⁵⁴² Noch höher fällt die Zustimmung aus, wenn die Frage auf das gesamte Unternehmen bezogen ist.⁵⁴³ 29,5 Prozent der TV-JournalistInnen geben an, dass ihr Unternehmen von den interkulturellen Kompetenzen der MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund profitiert, 35,2 Prozent stimmen dem eher zu. Werden nun die Angaben der JournalistInnen mit Migrationshintergrund jenen ohne Migrationshintergrund gegenübergestellt, so zeigt sich nach dem U-Test nach Mann und Whitney mit $z = 319,000$, $p = 0,351$ kein statistisch signifikanter Unterschied in der Bewertung in Zusammenhang mit dem Migrationshintergrund.

⁵⁴¹ Das Statement lautete: „Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bringen ihre interkulturellen Kompetenzen in die tägliche Arbeit mit ein (Zum Beispiel bei Migrationsthemen).“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten „Trifft zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Trifft nicht zu“, „Weiß nicht“.

⁵⁴² Das Statement lautete: „Meine Redaktion profitiert von den interkulturellen Kompetenzen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit Migrationshintergrund.“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Trifft zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Trifft nicht zu“, „Weiß nicht“.

⁵⁴³ Das Statement lautete: „Das gesamte Unternehmen, in dem ich aktuell tätig bin, profitiert von den interkulturellen Kompetenzen der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit Migrationshintergrund.“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Trifft zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Trifft nicht zu“, „Weiß nicht“.

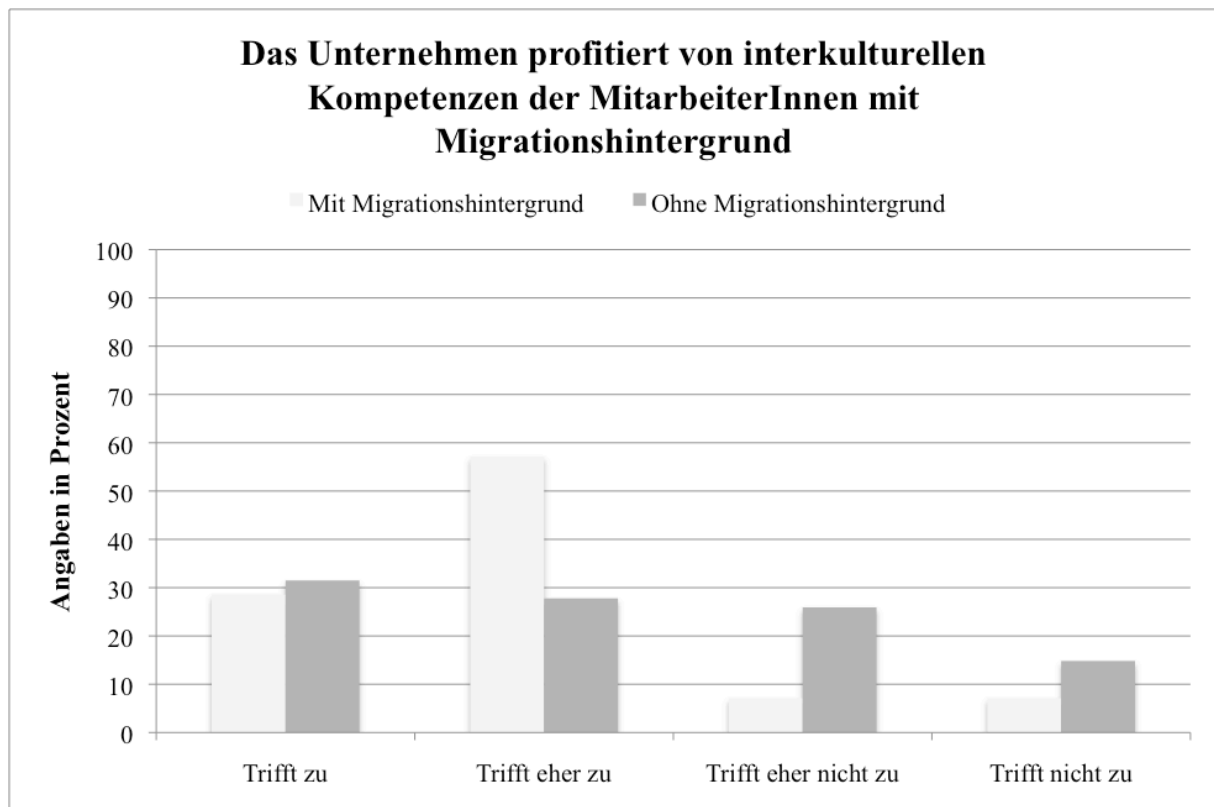


Abbildung 13 Bewertung möglicher Vorteile durch die Mitarbeit von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund, Vergleich zwischen Personen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

Anhand der Angaben der TV-JournalistInnen zeigt sich, dass die interkulturellen Kompetenzen der KollegInnen mit Migrationshintergrund durchaus wahrgenommen und unter den MitarbeiterInnen wertgeschätzt werden. Obwohl die Werte für die bereits selbst erfahrene Diskriminierung im Beruf erstaunlich hoch sind, so scheint ethnische Diversität in den Redaktionen für die wenigsten ein Problem darzustellen, ganz im Gegenteil, viel mehr werden die KollegInnen mit Zuwanderungsbiographie von der Mehrheit als Bereicherung wahrgenommen.

Dass sich dies in weiterer Folge auch auf die Berichterstattung auswirkt, ist eine Annahme, die in der Literatur vielfach diskutiert, allerdings bisher nicht empirisch überprüft ist. Demnach könnte eine verstärkte Teilhabe von Personen mit Migrationshintergrund am medialen Produktionsprozess zu größerer Sensibilität im Umgang mit Minderheitenthemen

führen.⁵⁴⁴ Die Mehrheit der TV-JournalistInnen geht davon aus, dass die Mitarbeit von JournalistInnen mit Migrationshintergrund Auswirkungen auf die Berichterstattung hat – und diese sind aus Sicht der Befragten überwiegend positiv.⁵⁴⁵ 25,5 Prozent der Befragten orten positive Effekte auf die Berichterstattung, 45,1 Prozent gehen von eher positiven Auswirkungen aus. Nur 5,9 Prozent der befragten TV-JournalistInnen vermuten eher negative (4,9 Prozent) bzw. negative Folgen (1 Prozent) für die Berichterstattung. 13,7 Prozent gehen davon aus, dass sich die Teilhabe von JournalistInnen mit Migrationshintergrund nicht auf die Medienberichterstattung auswirkt.⁵⁴⁶ Die Angaben von JournalistInnen mit Migrationshintergrund und jene der autochthonen RedakteurInnen weichen dabei nicht statistisch signifikant voneinander ab, wie der U-Test nach Mann und Whitney beweist – $z = 670.000$, $p = 0,209$.

20.5.12 Wunsch nach mehr Diversität in österreichischen TV-Sendern

Angesichts der mehrheitlich positiven Einstellung gegenüber der Mitarbeit von JournalistInnen mit Migrationshintergrund überrascht es nicht, dass sich die deutliche Mehrheit der befragten JournalistInnen für mehr Personen mit Migrationshintergrund in den TV-Unternehmen ausspricht. Auf das Statement „Ich wünsche mir mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Migrationshintergrund.“ geben 73,8 Prozent der Befragten an, dass dies auf sie zutrifft (32 Prozent) bzw. eher zutrifft (41,7 Prozent).⁵⁴⁷ Unter den JournalistInnen ohne Migrationshintergrund wünschen sich 28,8 Prozent definitiv mehr KollegInnen mit ausländischen Wurzeln, 43,8 Prozent der TV-JournalistInnen ohne Migrationshintergrund stimmen dem eher zu. 16,4 Prozent stimmen dieser Aussage eher nicht zu, 11 Prozent definitiv nicht. Unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund geben 36,4 Prozent an, dass sie sich definitiv mehr MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund wünschen, ebenfalls 36,4 Prozent sind eher dafür. Für 22,7 Prozent trifft die Aussage eher nicht zu und 4,5 Prozent wünschen sich definitiv nicht mehr KollegInnen mit Migrationshintergrund.

⁵⁴⁴ Vgl. Geißler, Rainer: Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2005. S. 69-79. 76 f.

⁵⁴⁵ Die Frage lautete „Denken Sie, dass sich die Mitarbeit von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in TV-Redaktionen auf die Berichterstattung über Migrations- und Integrationsthemen auswirkt?“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Ja, positiv“, „Ja, eher positiv“, „Ja, eher negativ“, „Ja, negativ“, „Wirkt sich nicht aus“, „Weiß nicht“.

⁵⁴⁶ 9,8 Prozent der Befragten gaben „Weiß nicht“ als Antwort an.

⁵⁴⁷ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Trifft zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Trifft nicht zu“.

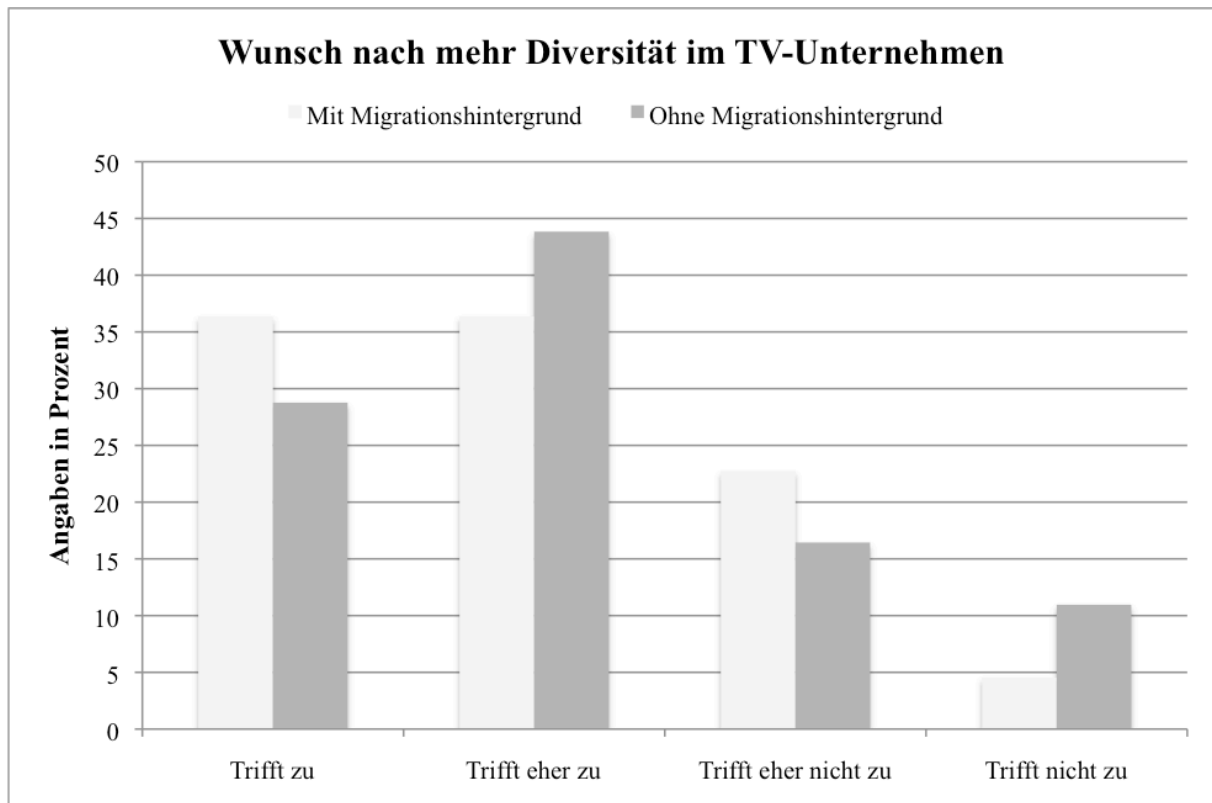


Abbildung 14 Wunsch nach mehr MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund im TV-Unternehmen, Vergleich zwischen den Angaben der TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

20.5.13 Quoten für mehr „ethnische“ Diversität

Immer wieder wird in Zusammenhang mit einer stärkeren ethnischen Diversität in den Medienunternehmen auch über eine verstärkte Normierung diskutiert. Eine Quote für Personen mit Migrationshintergrund in den Redaktionen kommt für die Mehrheit der TV-JournalistInnen allerdings nicht in Frage.⁵⁴⁸ 27,1 Prozent sprechen sich eher gegen eine solche Regelung aus, 49 Prozent sind definitiv dagegen. Unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund beantworteten 54,5 Prozent die Frage nach einer Quote definitiv negativ, 18,2 Prozent sind eher nicht dafür. Ebenfalls 18,2 Prozent können sich eine Quotenregelung eher vorstellen und 9,1 Prozent der befragten JournalistInnen mit Migrationshintergrund sind definitiv dafür. Die Mehrheit der befragten JournalistInnen ist zwar für mehr ethnische Diversität in den TV-Sendern, eine Quote sehen sie dafür aber nicht als die geeignete Lösung. Mit dem U-Test nach Mann und Whitney wurde überprüft, ob ein signifikanter

⁵⁴⁸ Die Frage lautete: „Halten Sie eine Quotenregelung, die Medienunternehmen dazu verpflichtet, Personen mit Migrationshintergrund gezielt zu beschäftigen, für sinnvoll?“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Ja“, „Eher ja“, „Eher nein“, „Nein“, „Weiß nicht“.

Zusammenhang zwischen dem Migrationshintergrund und der Einstellung zu einer Quotenregelung festgestellt werden. Ein solcher konnte laut den Ergebnissen $z = 711,000$, $p = 0,633$ nicht festgemacht werden.

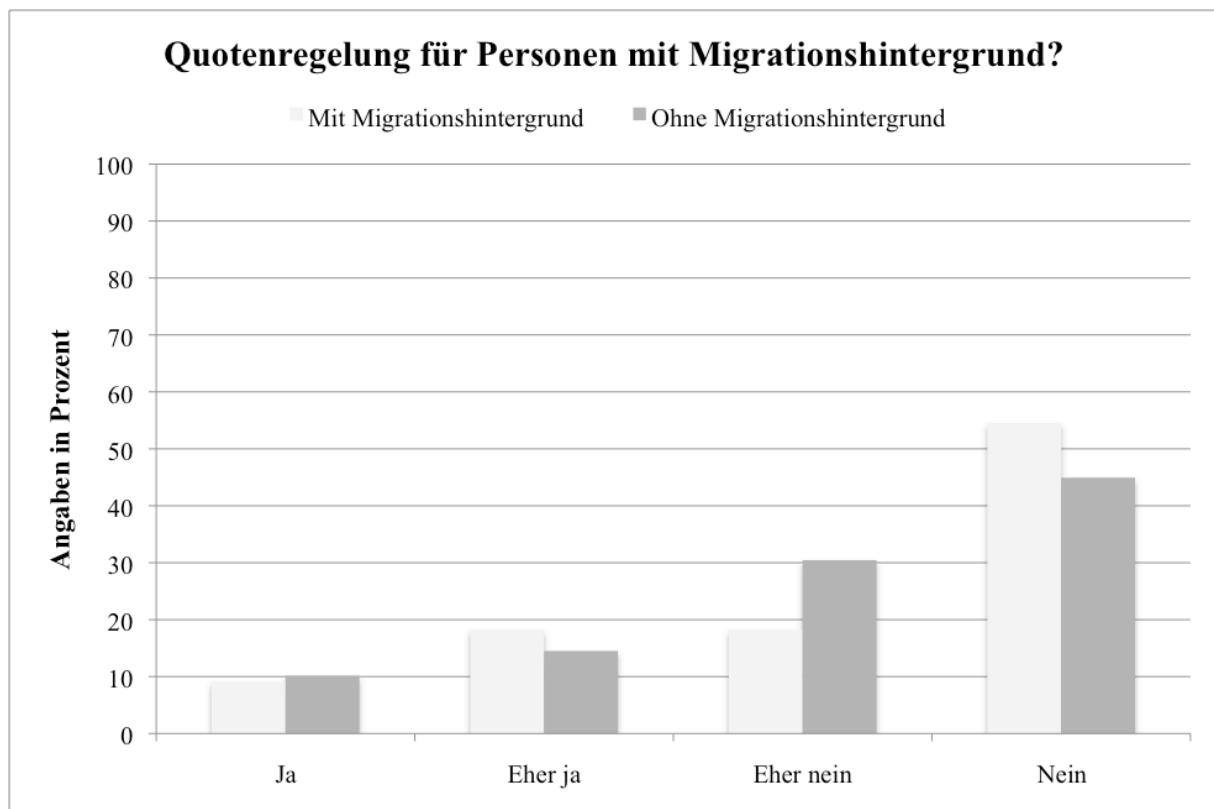


Abbildung 15 Beurteilung einer Quote für „ethnische“ Diversität im TV-Unternehmen, Vergleich zwischen den Angaben der TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

20.5.14 Ethnische Diversität auf den Bildschirmen

Dass ethnische Diversität auch zunehmend auf den Bildschirmen sichtbar wird, war bis vor wenigen Jahren im österreichischen Fernsehen Zukunftsmusik. Die TV-Sender scheinen sich aber für mehr sichtbare Diversität zu öffnen. Es stellt zwar nicht die Regel dar, dennoch gibt es ModeratorInnen mit Migrationshintergrund, die in österreichischen Fernsehsendern an prominenten Stellen positioniert werden. Die befragten TV-JournalistInnen stehen dieser Entwicklung offen gegenüber. Die große Mehrheit von ihnen kann sich vorstellen, dass eine Person mit „sichtbarem Migrationshintergrund“ eine der Hauptsendungen des Programms moderiert. 70,9 Prozent beantworten das Statement „Ich kann mir vorstellen, dass eine Person

mit ‚sichtbarem Migrationshintergrund‘ eine der Hauptsendungen des Programms meines Unternehmens moderiert“ mit „Trifft zu“. 17,5 Prozent antworten hier mit „Trifft eher zu“. Jeweils 5,8 Prozent können sich dies eher nicht bzw. gar nicht vorstellen.⁵⁴⁹ Die Berechnung nach dem U-Test nach Mann und Whitney zeigt, dass die Einstellung dazu in keinem signifikanten Zusammenhang mit dem Migrationshintergrund steht.

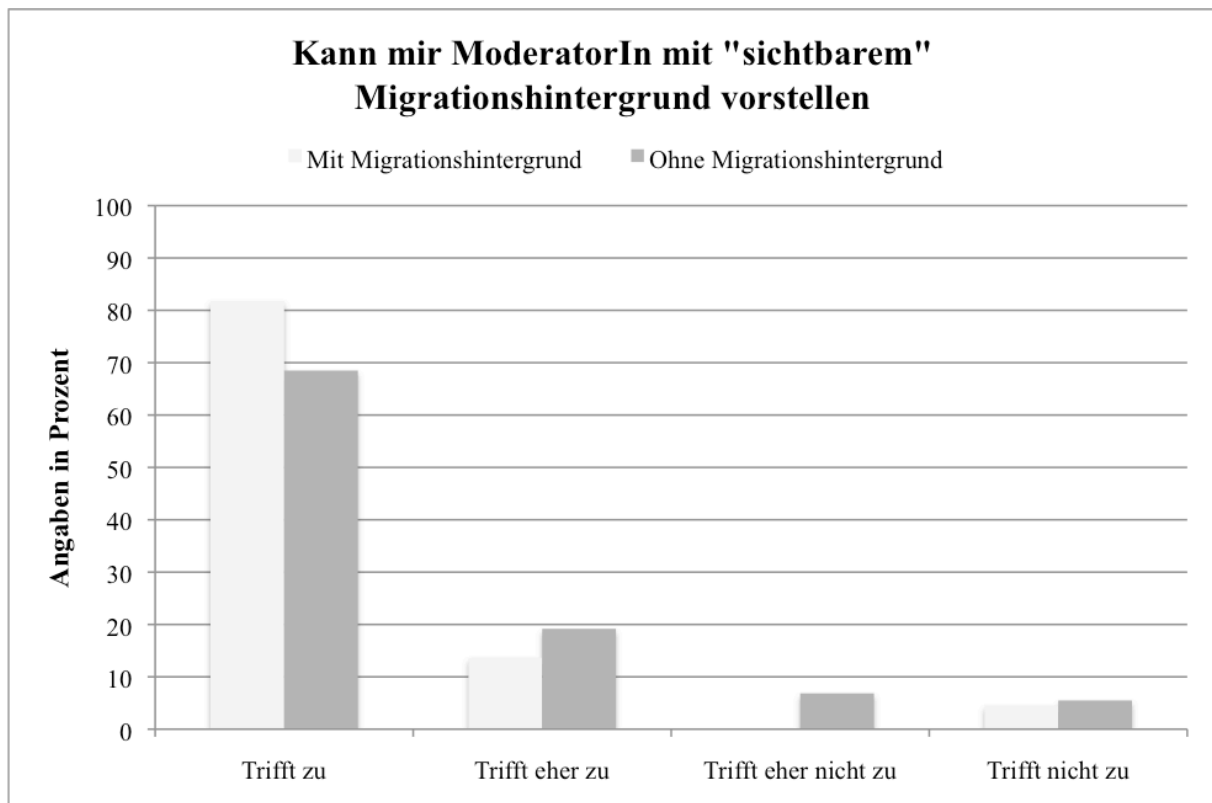


Abbildung 16 Personen mit Migrationshintergrund in ModeratorInnenenjobs – Vergleich der Beurteilung zwischen TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

20.5.15 Berichterstattung und gesellschaftliche Einstellung

Welche Rolle spielen Massenmedien bei der Integration von Minderheiten? Die Mehrheit der TV-JournalistInnen geht davon aus, dass die Medien entscheidenden Einfluss auf die Einstellung der Gesellschaft zu Integration und Migration haben. Die Frage „Denken Sie, dass die Einstellung der Gesellschaft zu Migration und Integration in Zusammenhang mit der Medienberichterstattung steht?“⁵⁵⁰ beantworten 41,6 Prozent mit „Ja“. Weitere 47,5 Prozent halten dies für eher richtig. Nur knapp 11 Prozent sehen keinen (2 Prozent) bzw. eher keinen

⁵⁴⁹ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Trifft zu“, „Trifft eher zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Trifft nicht zu“.

⁵⁵⁰ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Ja“, „Eher ja“, „Eher nein“, „Nein“.

(8,9 Prozent) Zusammenhang zwischen Medienberichterstattung und den Positionen innerhalb der Gesellschaft zu diesem Themenkomplex.

Von den befragten JournalistInnen mit Migrationshintergrund gehen 95,5 Prozent davon aus, dass es definitiv (54,5 Prozent) bzw. eher (40,9 Prozent) einen Zusammenhang zwischen der Medienberichterstattung und der Einstellung der Gesellschaft zu Migration und Integration gibt. In der Gruppe der JournalistInnen mit Migrationshintergrund haben nur 4,5 Prozent einen solchen Zusammenhang eher und keine/-r der Befragten diesen definitiv ausgeschlossen. Ein signifikanter Unterschied zwischen den Angaben der RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und jenen ohne ausländische Wurzeln bezüglich gesellschaftlicher Auswirkungen der Medien konnte mit dem U-Test nach Mann und Whitney ausgeschlossen werden. Die Berechnung ergab $z = 634,000$, $p = 0,1$.

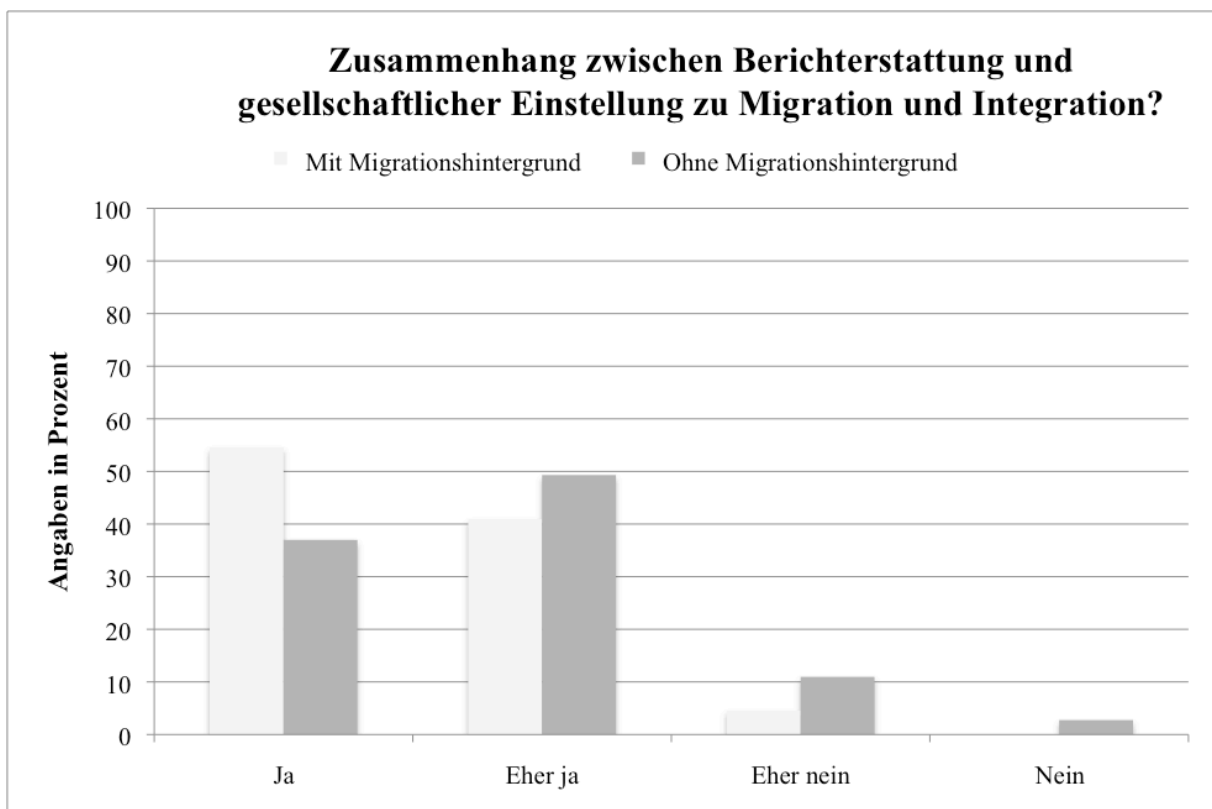


Abbildung 17 Beurteilung des Zusammenhangs von medialer Berichterstattung und gesellschaftlicher Einstellung zu Migration und Integration, Vergleich der Angaben von TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

20.5.16 Migration und Integration in der Berichterstattung

Für fast die Hälfte der TV-JournalistInnen spielen Migration und Integration in ihrer täglichen Arbeit eine Rolle. Auf die Frage „Wie häufig beschäftigen Sie sich mit Migrations- oder Integrationsthemen in Ihrer journalistischen Arbeit?“⁵⁵¹ antworten 38,3 Prozent der Befragten zumindest mit „regelmäßig“. Davon haben 1,7 Prozent der Befragten immer mit Integrations- und Migrationsthemen zu tun, 10 Prozent sehr oft und 26,7 Prozent beschäftigen sich in ihrer Arbeit regelmäßig mit diesem Themenbereich. Unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund behandeln 36,4 Prozent Migrations- und Integrationsthemen in ihrer journalistischen Arbeit zumindest regelmäßig. Werden diese Angaben mit jenen der JournalistInnen ohne Migrationshintergrund verglichen, so zeigt sich, dass sich JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln tendenziell weniger oft mit Migrations- und Integrationsthemen auseinandersetzen. Unter den JournalistInnen mit österreichischen Wurzeln beschäftigen sich 50,7 Prozent zumindest regelmäßig mit Migrations- und Integrationsthemen.⁵⁵² JournalistInnen mit Migrationshintergrund sind demnach keineswegs für Minderheitenthemen abgestellt. Die Ergebnisse des U-Tests nach Mann und Whitney bestätigen dieses Ergebnis: Es gibt keine signifikanten Unterschiede in der Beschäftigung mit Migrationsthemen aufgrund des Migrationshintergrundes von JournalistInnen. Die Berechnung ergab demnach: $z = 741,500$, $p = 0,565$.

⁵⁵¹ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Immer“, „Sehr oft“, „Regelmäßig“, „Selten“, „Nie“.

⁵⁵² 1,4 Prozent der JournalistInnen ohne Migrationshintergrund geben an, sich „immer“ mit Migrations- und Integrationsthemen zu beschäftigen, 11 Prozent tun das – laut ihren eigenen Angaben „Sehr oft“. 38,4 Prozent beschäftigen sich regelmäßig mit diesem Themenbereich. Dagegen geben 39,7 Prozent an, „Selten“ mit derartigen Themen zu tun zu haben und 9,6 Prozent der Befragten ohne Migrationshintergrund beschäftigen sich demnach „Nie“ in ihrer Arbeit mit Integrations- und Migrationsthemen.

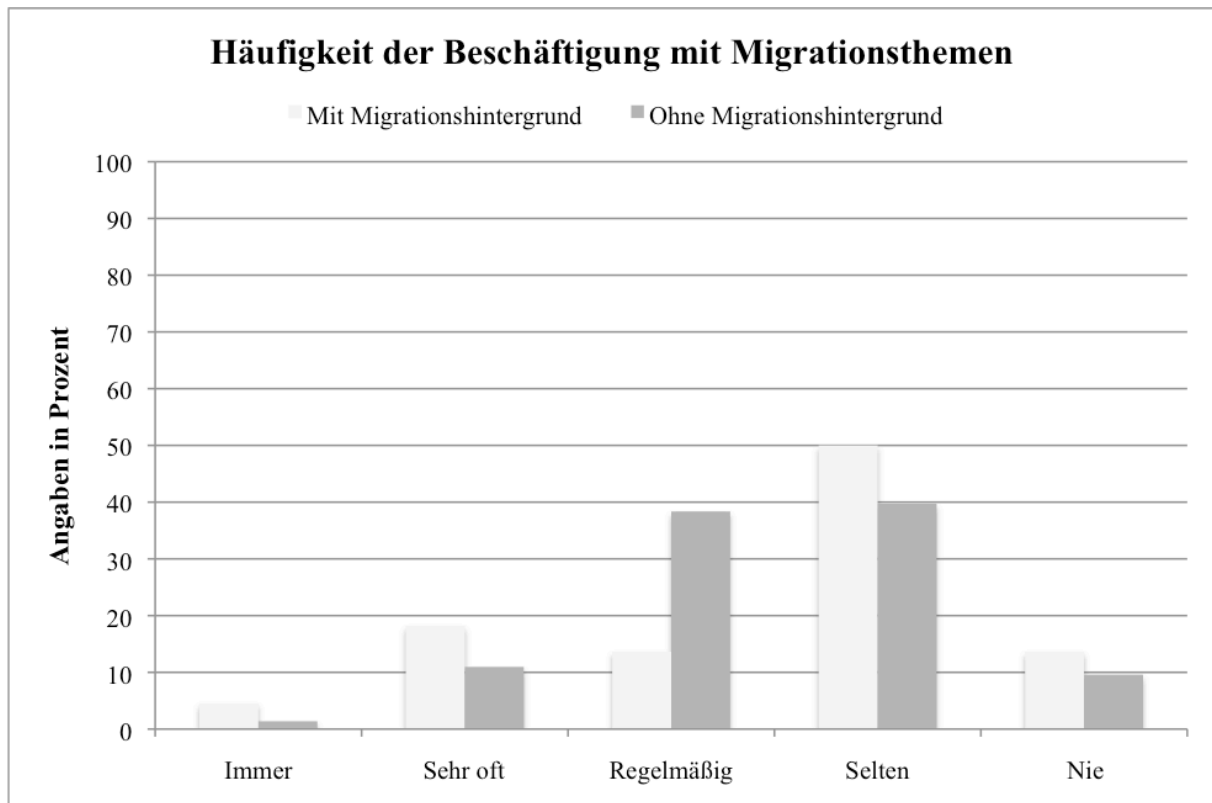


Abbildung 18 Eigene berufliche Beschäftigung mit Migrationsthemen, Vergleich der Angaben von TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund

20.5.17 Diversity-Strategien aus der Innenperspektive

Ein weiterer Teil der Untersuchung beschäftigt sich ausschließlich mit den Sichtweisen der JournalistInnen mit Migrationshintergrund. Damit sollte ermittelt werden, wie sich aus der Sicht der JournalistInnen mit Migrationshintergrund der Einstieg und das Arbeitsleben im Beruf des/der JournalistIn gestaltet. Bemerkenswert ist hierbei, dass der Großteil der TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund den ausländischen Wurzeln kaum Bedeutung beimisst. Weder beim Berufseinstieg noch innerhalb des Berufsalltags ist ihr Migrationshintergrund für die befragten Personen ausschlaggebend.

Auf die Frage „Haben Sie den Eindruck, dass beim Einstieg in den Journalismus Ihr Migrationshintergrund eine Rolle gespielt hat?“⁵⁵³ antworten 63,2 Prozent der TV-JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln mit „Keine wahrgenommene“. Jeweils 15,8 Prozent der JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln gehen davon aus, dass ihr Migrationshintergrund förderlich bzw. eher förderlich für den Einstieg in den Journalismus

⁵⁵³ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Ja, eine förderliche“, „Ja, eine eher förderliche“, „Ja, eine eher hemmende“, „Ja, eine hemmende“, „Keine wahrgenommene“, „Weiß nicht“.

war. Als hemmend bezeichneten ihn nur 5,3 Prozent. Während der Einstieg in den Journalismus vielfach als große Barriere für JournalistInnen mit Migrationshintergrund gedeutet wird, sahen sich die befragten TV-JournalistInnen hier mit keinen großen Zugangsbarrieren konfrontiert.

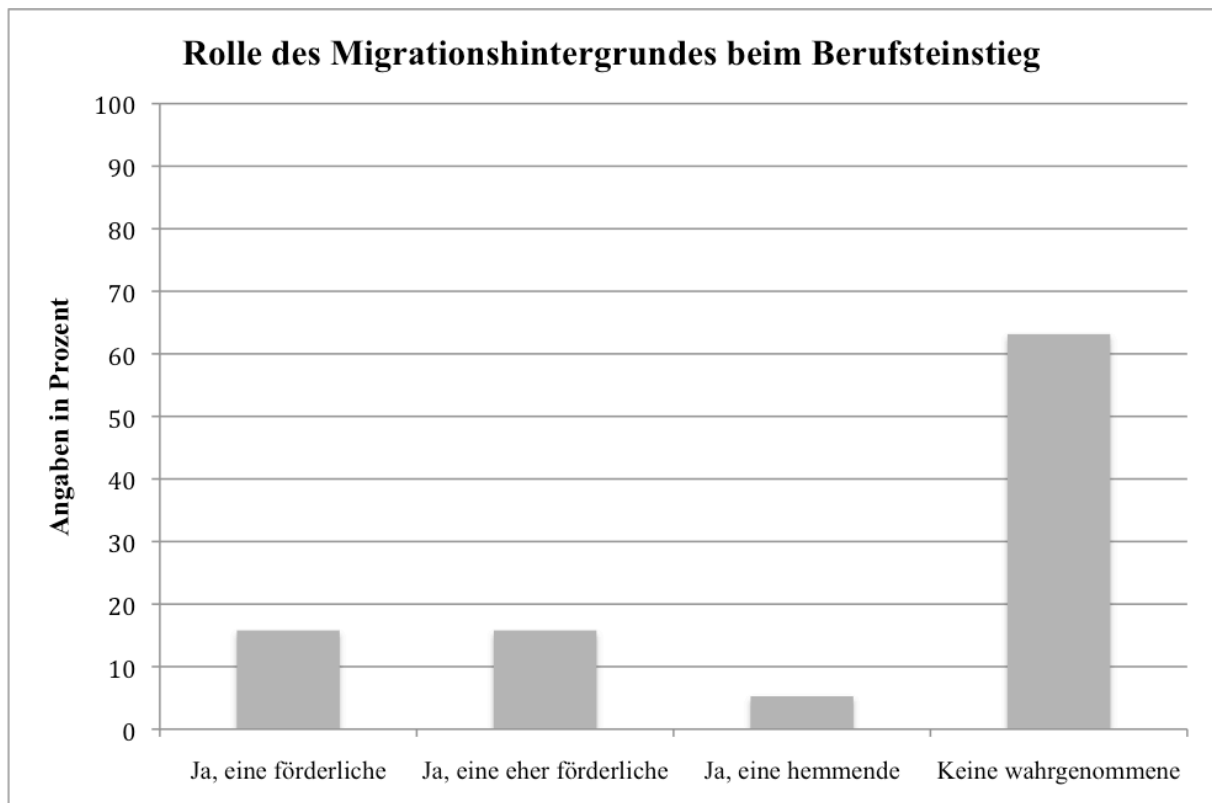


Abbildung 19 Bedeutung des Migrationshintergrundes beim Berufseinstieg von TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund

Dieser Trend setzt sich auch im Berufsalltag fort. Auf die Frage „Haben Sie den Eindruck, dass Ihr Migrationshintergrund in Ihrer Berufslaufbahn als JournalistIn jemals eine Rolle gespielt hat?“⁵⁵⁴ gibt die Mehrheit (63,2 Prozent) an, dass der Migrationshintergrund keine wahrgenommene Rolle gespielt hat. Nur 5,3 Prozent der JournalistInnen schreiben ihrem Migrationshintergrund eine eher hemmende Wirkung zu. 31,6 Prozent der TV-JournalistInnen

⁵⁵⁴ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Ja, eine förderliche“, „Ja, eine eher förderliche“, „Ja, eine eher hemmende“, „Ja, eine hemmende“, „Keine wahrgenommene“, „Weiß nicht“.

mit Migrationshintergrund glauben, dass sich ihre Herkunft förderlich (5,3 Prozent) oder eher förderlich (26,3) in ihrem Beruf auswirkt.

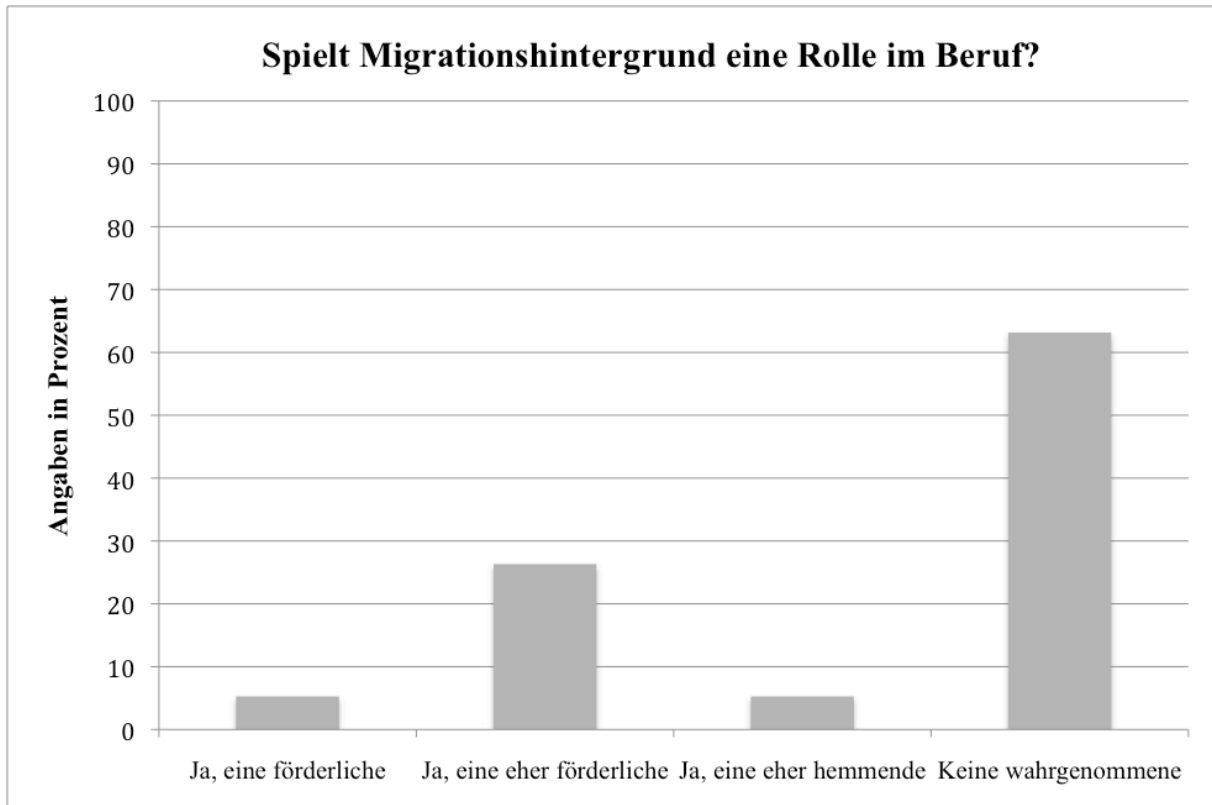


Abbildung 20 Bedeutung des Migrationshintergrundes in der beruflichen Laufbahn von JournalistInnen mit Migrationshintergrund

Auch wenn ihre Herkunft im beruflichen Umfeld kaum beachtet wird, so werden doch die interkulturellen Kompetenzen der JournalistInnen mit Migrationshintergrund geschätzt. 57,9 Prozent der MitarbeiterInnen mit ausländischen Wurzeln sind der Meinung, dass dies im Medienunternehmen, für das sie aktuell tätig sind, der Fall ist – wobei 15,8 Prozent definitiv eine Wertschätzung ihrer migrationsspezifischen Fähigkeiten orten, 42,1 Prozent eine solche vermutlich erkennen können.⁵⁵⁵ Dieser Eindruck entspricht den Angaben der TV-JournalistInnen, die interkulturellen Kompetenzen von MitarbeiterInnen würden mehrheitlich wertgeschätzt und von den KollegInnen mit ausländischen Wurzeln auch in den Beruf eingebracht.

⁵⁵⁵ Die Frage lautete: „Haben Sie den Eindruck, dass das Medienunternehmen, in dem Sie zur Zeit arbeiten, Ihre interkulturellen Kompetenzen wertschätzt?“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Ja“, „Ja, vermutlich“, „Vermutlich nicht“, „Nein“, „Weiß nicht“.

Sieben der 22 befragten TV-JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln nutzen die Kontakte zur Community ihres Heimatlandes für die journalistische Arbeit, sechs Personen gaben an, dass sie mit ihren muttersprachlichen Fähigkeiten eher Zugang zu bestimmten Gesprächspartnern oder Information hätten.⁵⁵⁶ Genannt wurden Fremdsprachenkenntnisse und Flexibilität als zusätzliche, interkulturelle Kompetenzen.

Die Angaben der TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund zur Rolle ihres Migrationshintergrundes beim Einstieg in den Beruf und zur Wertschätzung der interkulturellen Kompetenzen deuten auf ein widersprüchliches Verhalten seitens der TV-Sender hin. Während die Herkunft bei Aufnahme und im Beruf nicht als Zusatzkompetenz interpretiert wird, so werden interkulturelle Kompetenzen bei der Arbeit dennoch eingesetzt und auch von den KollegInnen wertgeschätzt. Der Schluss liegt nahe, dass derartige Kompetenzen für die TV-Unternehmen einen Mehrwert darstellen, diese aber nur durch Zufall von Seiten der Sender entdeckt werden und nicht speziell gefördert und eingefordert werden. Dies deutet auf einen wenig effizienten Umgang mit Interkulturalität und Diversity Management hin.

Angesichts der Angaben zur Rolle des Migrationshintergrundes beim Berufseinstieg und im Beruf muss auch die in der Literatur oftmals postulierte Annahme, JournalistInnen mit Migrationshintergrund könnten als Minderheiten-Sprecher im Medium auftreten, hinterfragt werden.⁵⁵⁷ Da den ausländischen Wurzeln im Berufsalltag wenig Bedeutung beigemessen wird, muss davon ausgegangen werden, dass TV-JournalistInnen sich auch nicht vorrangig als VertreterInnen einer Minderheit in ihrem Beruf fühlen. Zudem beschäftigen sich JournalistInnen mit Migrationshintergrund im Schnitt weniger oft mit Migrations- und Integrationsthemen als ihre KollegInnen mit österreichischen Wurzeln, dementsprechend ist es fraglich, ob JournalistInnen mit Migrationshintergrund überhaupt über die Möglichkeiten verfügen, über mediale Inhalte spezifisches Wissen und Standpunkte zu Minderheitenthemen zu vertreten.

⁵⁵⁶ Die Frage lautete: „Nutzen Sie Ihre eigenen interkulturellen Kompetenzen in Ihrer journalistischen Arbeit?“ Aus einer Liste an Antwortmöglichkeiten konnten die zutreffenden ausgewählt werden und auch eigene Antworten abgegeben werden.

⁵⁵⁷ Vgl. Geißler, Rainer: Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2005. S. 71-79, S. 74.

20.5.18 Diskriminierung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund

Haben TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den Medienunternehmen mit Diskriminierung zu kämpfen? Die TV-JournalistInnen wurden in der Studie gefragt, ob sie selbst jemals Diskriminierung in ihrem Beruf als JournalistIn aufgrund des Migrationshintergrunds erlebt haben.⁵⁵⁸ 57,9 Prozent der Befragten geben an, dass sie keine Diskriminierung aufgrund ihrer Herkunft erlebt haben. Weitere 21,1 Prozent sind der Meinung, dass sie vermutlich nicht mit Diskriminierung konfrontiert waren. Dagegen sind 21,1 Prozent der TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund der Meinung, dass sie aufgrund ihrer ausländischen Wurzeln im Beruf eindeutig (10,5 Prozent) beziehungsweise vermutlich (10,5 Prozent) diskriminiert wurden.

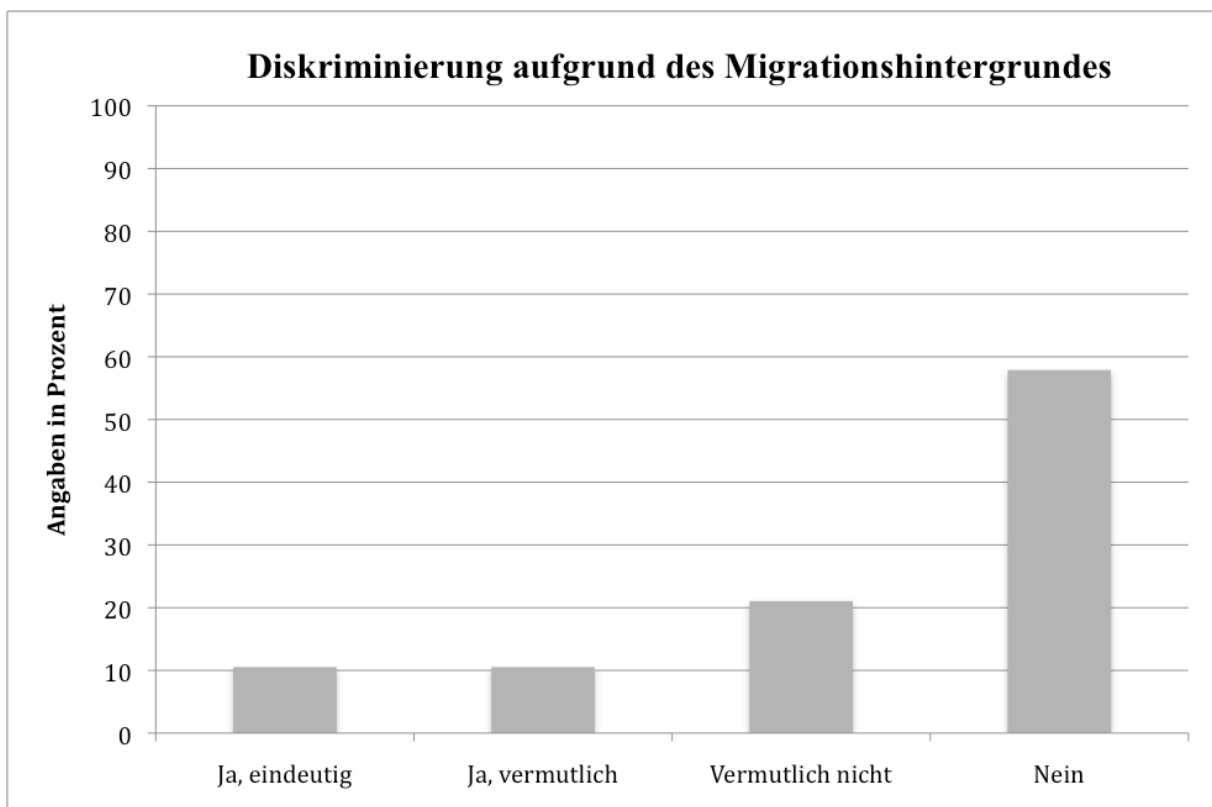


Abbildung 21 Persönlich erlebte Diskriminierung aufgrund des Migrationshintergrundes

Besonders bemerkenswert sind diese Angaben in Zusammenhang mit den allgemeinen Daten zu Diskriminierung. Hier ortet ein höherer Anteil der JournalistInnen mit

⁵⁵⁸ Die Frage lautete: „Haben Sie aufgrund Ihres Migrationshintergrundes in Ihrem Beruf als JournalistIn jemals Diskriminierung erlebt?“ Die Antwortmöglichkeiten lauteten: „Ja, eindeutig“, „Ja, vermutlich“, „Vermutlich nicht“, „Nein“, „Weiß nicht“.

Migrationshintergrund Diskriminierung. Im Detail zeigt sich, dass sich einige JournalistInnen mit Migrationshintergrund ebenso aufgrund ihres Geschlechts, ihres Alters und ihrer Religion diskriminiert fühlen. Der Anteil der TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund, die sich aufgrund ihres Geschlechts diskriminiert fühlen, ist deutlich geringer als jener unter den MitarbeiterInnen mit österreichischen Wurzeln. Diskriminierung aufgrund der Religion wurde dagegen nur unter den JournalistInnen mit Migrationshintergrund genannt. Faktoren wie politische Einstellung, die immerhin 3,3 Prozent der TV-JournalistInnen als Diskriminierungsgrund angaben, wurden von den JournalistInnen mit Migrationshintergrund nicht erwähnt.

Diskriminierung aufgrund der Herkunft scheint demnach längst nicht das einzige „Toleranzproblem“ innerhalb der TV-Sender darzustellen, viel mehr fühlt sich eine Vielzahl von MitarbeiterInnen aufgrund verschiedenster Faktoren diskriminiert.

20.6 Interpretation und Conclusio

Die quantitative Erhebung zur ethnischen Diversität in österreichischen TV-Sendern zeigt deutlich, dass es innerhalb der Medienunternehmen eine positive Stimmung gegenüber JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln gibt. Ethnische Vielfalt wird vom Großteil der TV-JournalistInnen geschätzt und die positiven Aspekte der Zusammenarbeit mit MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund vielfach hervorgehoben. Dass sichtbare Diversität stärker auf den Bildschirmen zu sehen sein soll, befürworten die meisten TV-MitarbeiterInnen.

20.6.1 Fehlende Strategie

Von Seiten der Medienunternehmen sehen die TV-JournalistInnen allerdings wenig konkrete Strategien zur Förderung von Diversität. Die Mehrheit ortet zwar keine Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund innerhalb der Medienunternehmen, eine effiziente Förderung können sie jedoch nicht erkennen. Besonders bemerkenswert erscheint in diesem Zusammenhang der Befund, dass die interkulturellen Kompetenzen innerhalb der Medienunternehmen durchaus geschätzt und auch genützt werden, Strategien zur Förderung derartiger Kompetenzen aber nicht vorhanden sind. Diese Angaben bestätigen einen Trend, der sich bereits in früheren Studien herauskristallisierte: Die Medienunternehmen stehen einer stärkeren Diversität zwar nicht grundsätzlich verschlossen gegenüber, dennoch haben sie

interkulturelle Kompetenzen offenbar noch nicht in ihr Qualifikationsprofil integriert.⁵⁵⁹ Das heißt, JournalistInnen mit Migrationshintergrund schaffen den Einstieg in ein TV-Unternehmen, ohne dass ihre Wurzeln dabei besonders beachtet werden, in weiterer Folge stellen sie sich im Laufe des Berufsalltags als Bereicherung dar und werden von den handelnden Personen mit Migrationshintergrund in einzelnen Fällen auch genützt. Auch wenn die Mehrheit der JournalistInnen ihren Wurzeln im Beruf wenig Bedeutung beimisst, so dürften ihre interkulturellen Kompetenzen dennoch von Relevanz sein, schließlich würden sie andernfalls kaum bei ihren KollegInnen mit österreichischen Wurzeln auffallen und großteils positiv beurteilt werden.

20.6.2 Migration im Hintergrund

Neben diesem Aspekt fällt unter den Angaben der TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund ein weiterer auf: Ihre Wurzeln scheinen für die meisten eine untergeordnete Rolle zu spielen. Sowohl beim Einstieg als auch im beruflichen Alltag wurde dem Migrationshintergrund aus ihrer Sicht wenig Bedeutung beigemessen. Generell fällt auf, dass die MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund die Einstiegschancen im Journalismus als positiv betrachten und optimistischer als ihre KollegInnen ohne Migrationshintergrund sind; immerhin die Hälfte der befragten JournalistInnen mit Migrationshintergrund gibt an, der Einstieg in den Journalismus sei für sie persönlich einfach bzw. sehr einfach gewesen. In diesem Zusammenhang kann allerdings davon ausgegangen werden, dass jene Personen, die den Einstieg in ein Medienunternehmen geschafft haben, tendenziell weniger Barrieren erten dürften als jene Personen, die daran gescheitert sind; insofern dürfen die Angaben der JournalistInnen mit Migrationshintergrund nicht isoliert betrachtet werden. Eine generelle Aussage zu Barrieren für Minderheiten im Journalismus kann alleine aus diesen Aussagen nicht abgeleitet werden.

Die Angaben zu Ausbildung und Studium werfen die Frage auf, wo die Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den Medienunternehmen liegen. Anhand der Aussagen zu Bildung und Studium lässt sich festmachen, dass die meisten der TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund über ein hohes Bildungsniveau verfügen. Die TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund haben einen ähnlichen Bildungsstand wie ihre KollegInnen ohne Migrationshintergrund, sie weisen eine ähnliche Altersstruktur auf und

⁵⁵⁹ Vgl. Stradner, Mehrheit.

können zusätzlich interkulturelle Kompetenzen vorweisen. Angesichts dieser Daten muss hinterfragt werden, ob der Befund von MedienmacherInnen, wonach Personen mit Migrationshintergrund beim Einstieg in das Berufsfeld häufig an fehlenden Sprachkenntnissen und fehlender Bildung scheitern,⁵⁶⁰ tatsächlich eine Frage von ethnischer Herkunft ist. Vielmehr ist davon auszugehen, dass hierbei soziale Schichtung eine wesentlich bedeutendere Dimension darstellt. Die hier befragten JournalistInnen waren womöglich mit weniger Barrieren beim Einstieg konfrontiert, da sie aus derselben sozialen Schicht wie ihre KollegInnen ohne Migrationshintergrund stammen und abgesehen von ihren Wurzeln im Ausland ähnliche Voraussetzungen wie ihre KollegInnen mitbrachten.

20.6.3 JournalistInnen als Diskriminierungsopfer

Ein durchaus alarmierendes Ergebnis förderten die Angaben zu Diskriminierung zutage, wonach sich eine Vielzahl der TV-JournalistInnen in ihrem Beruf bereits mit Diskriminierung konfrontiert gesehen hat. Dabei ist keineswegs die Herkunft der einzige Faktor; Geschlecht, sexuelle Ausrichtung, Alter oder Religion sind nur einige der Gründe, aufgrund derer sich die JournalistInnen in ihrer bisherigen Laufbahn diskriminiert fühlten. Auch unter den TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund wurde nicht nur die Herkunft als Grund für Diskriminierung genannt, sondern auch andere Faktoren erwähnt. Dies kann als weiteres Indiz dafür gewertet werden, dass der Migrationshintergrund für die befragten TV-JournalistInnen in ihrem Berufsleben wenig Bedeutung hat. Sie sehen ihre ausländischen Wurzeln als wenig beachtet – nur die wenigsten orten aufgrund ihrer Herkunft Diskriminierung. Dieser Befund entspricht den Ergebnissen früherer Studien zur Beteiligung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in der österreichischen Medienlandschaft, wonach 88,9 Prozent der befragten JournalistInnen mit Migrationshintergrund an ihrem Arbeitsplatz nicht diskriminiert oder benachteiligt wurden.⁵⁶¹

20.6.4 Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund

Einigermaßen überraschend ist der hohe Anteil an TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund. Während in der Literatur von einem Anteil zwischen 0,5 und 1 Prozent ausgegangen wird, waren unter den TeilnehmerInnen der Studie 23,2 Prozent mit

⁵⁶⁰ Vgl. Stradner, Mehrheit.

Vgl. Herczeg, Gesellschaft, S. 188.

⁵⁶¹ Vgl. Herczeg, Gesellschaft, S. 186.

weiterem Migrationshintergrund und 12,6 Prozent mit engerem Migrationshintergrund. Dies dürfte zum einen daran liegen, dass die Bereitschaft von JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln, sich mit diesem Thema zu beschäftigen, tendenziell höher sein dürfte, zum anderen an der Methode der bisherigen Untersuchungen zu diesem Thema.

In der österreichischen Forschung wurde bisher keine Vollerhebung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund unternommen, bei der die MitarbeiterInnen selbst zu ihren Wurzeln befragt wurden, sondern lediglich die jeweilige Chefetage der Medienunternehmen. Die vorliegende Untersuchung zeigt deutlich, dass der Migrationshintergrund für viele der befragten JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln beim Einstieg und im Beruf keine Rolle spielte und spielt. Dementsprechend kann angenommen werden, dass etliche Medienhäuser nicht über die Zahl der beschäftigten Personen mit Migrationshintergrund Bescheid wissen; dieser Eindruck wurde auch bereits in früheren Untersuchungen bestätigt.⁵⁶² Auch diese Studie kann den Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund nicht für den gesamten TV-Bereich festmachen, dennoch liefert sie erstmals Datenmaterial für den TV-Sektor und zeigt damit auf, dass der Anteil der JournalistInnen mit Migrationshintergrund im TV-Bereich höher ausfällt als bisher angenommen.⁵⁶³

Dass eine verstärkte Repräsentanz von JournalistInnen mit Migrationshintergrund zu einer Veränderung in den Medieninhalten führt, konnte bisher nicht empirisch überprüft werden. Viel eher gehen AutorInnen davon aus, dass sich für eine veränderte inhaltliche Darstellung von MigrantInnen in den Medientexten auch die Hierarchien und Normvorgaben in den Medienunternehmen verändern müssten.⁵⁶⁴ Das bedeutet, dass JournalistInnen mit Migrationshintergrund auch auf den höheren Hierarchieebenen der Medienunternehmen stark präsent sein müssten. Ein solcher Befund kann allerdings nicht ausgestellt werden. Die TV-Sender weisen zwar ethnische Diversität auf, allerdings zählen JournalistInnen mit Migrationshintergrund in höheren Positionen wie etwa als ChefIn vom Dienst oder ChefredakteurIn zur Minderheit. Um Diversität auch auf der inhaltlichen Ebene mit einfließen zu lassen, müssten sich mitunter die Entscheidungsstrukturen in den Medienunternehmen ändern.

⁵⁶² Vgl. Stradner, Mehrheit.

⁵⁶³ Der Nachteil an der gewählten Methode liegt darin, dass die MitarbeiterInnen selbst dazu bereit sein müssen, sich an der Studie zu beteiligen. Diese Entscheidung dafür dürfte zum einen vom Interesse, zum anderen von der eigenen Betroffenheit in dieser Thematik geleitet sein.

⁵⁶⁴ Vgl. Röben, Migrantinnen, S. 275 f.
Vgl. Nishikawa, Interviewers, S. 254 f.

Anhand der Daten bestätigt sich auch die vermeintlich niedrige sichtbare Diversität in den österreichischen TV-Sendern. Unter den befragten TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund bezeichnete sich niemand mit dem Berufstitel „ModeratorIn“, nur eine Person (5,3 Prozent) gab an, überwiegend vor der Kamera tätig zu sein, während eine weitere Person (5,3 Prozent) sowohl vor als auch hinter der Kamera arbeitet. 89,5 Prozent der MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund sind folglich überwiegend (21,1 Prozent) bzw. ausschließlich (68,4 Prozent) hinter der Kamera tätig.

77,9 Prozent der TV-JournalistInnen ohne Migrationshintergrund waren überwiegend (27,1 Prozent) bzw. ausschließlich (50,8 Prozent) hinter der Kamera tätig. 9,6 Prozent der befragten MitarbeiterInnen mit österreichischen Wurzeln gaben an, als „ModeratorIn“ beschäftigt zu sein. Wird von einer maßgeblichen Bedeutung der Massenmedien bei der Konstruktion von Identitäten ausgegangen – durch die Art wie Inhalte präsentiert werden, aber auch wer in den Massenmedien vorkommt – so wird hier nach wie vor ein überwiegend einseitiges Bild der Gesellschaft dargestellt. Wird hier Hipfls Begriff der „medialen Identitätsräume“ aufgegriffen, so findet sich in den österreichischen TV-Sendern wenig Identifikationspotenzial für ein diverses Publikum, aber auch wenig Möglichkeit für die Aufnahmegesellschaft, sich über die Massenmedien mit einer veränderten Gesellschaft auseinanderzusetzen.⁵⁶⁵

20.6.5 Schlussfolgerungen

In den Ergebnissen zeigt sich ein Trend ganz besonders deutlich: Die Angaben der JournalistInnen mit Migrationshintergrund und jener ohne ausländische Wurzeln weichen kaum voneinander ab, die eigene Laufbahn und die Einstellungen und Erfahrungen mit Barrieren oder Diskriminierung betreffend.⁵⁶⁶ Die befragten TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund waren demnach in ihrer beruflichen Laufbahn mit ähnlichen Problemstellungen konfrontiert wie ihre KollegInnen mit österreichischen Wurzeln.

In Summe können aus den Angaben der TV-JournalistInnen positive Aspekte für die Integration von Personen mit Migrationshintergrund in den österreichischen Medienhäusern gewonnen werden – zum einen aufgrund der Einstellung der Befragten in Hinblick auf

⁵⁶⁵ Vgl. Hipfl, Identitätsräume.

⁵⁶⁶ Dies zeigt sich daran, dass die Berechnung des U-Tests nach Mann und Whitney keine signifikanten Unterschiede zwischen den Angaben der JournalistInnen mit Migrationshintergrund und jenen ohne ausländische Wurzeln zutage förderte.

Diversität in den Redaktionen der TV-Sender, zum anderen aufgrund der Erfahrungen der MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund, da nur die wenigsten ihren Migrationshintergrund als karrierehindernden Grund angaben. In Hinblick auf die TV-Unternehmen zeigen die Untersuchungen keine wahrnehmbare Strategie für die Förderung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund; interkulturelle Kompetenzen werden genützt, wenn sie vorhanden sind.

Die Ergebnisse der Online-Befragung wurden schließlich in Interviews mit RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und autochthonen TV-JournalistInnen vertieft. In Gesprächen mit VerantwortungsträgerInnen der Fernsehsender wurde schließlich der Zugang der Medienunternehmen untersucht. Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der qualitativen Untersuchung dargelegt.

21 Die qualitative Untersuchung

21.1 Forschungsablauf der qualitativen Untersuchung

- **Auswahl der InterviewpartnerInnen**

Am Beginn der qualitativen Untersuchung erfolgte die Auswahl der InterviewpartnerInnen. Dabei wurde ein möglichst gleich hoher Anteil an RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und autochthonen JournalistInnen als GesprächspartnerInnen angestrebt. Nur beim Sender *ATV* war dies nicht möglich: Hier konnte nur eine Person, deren beide Elternteile nach Österreich zugewandert waren, ausfindig gemacht werden. Unter den TV-RedakteurInnen hatten neun Personen einen engeren Migrationshintergrund (sie selbst oder beide Elternteile sind zugewandert). Drei weitere InterviewpartnerInnen hatten einen Elternteil, der aus dem Ausland stammt. Zwölf Personen hatten keine Wurzeln im Ausland.

Schließlich sollten auch VerantwortungsträgerInnen der vier untersuchten TV-Sender zu Wort kommen. Hierfür wurde bei den vier TV-Unternehmen *ORF*, *ATV*, *Puls4* und *ServusTV* angefragt. Schließlich standen *ATV*-Geschäftsführer Martin Gastinger, *Puls4*-Informationschefin Corinna Milborn, Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* und *ServusTV*-Geschäftsführer Martin Blank für Gespräche zur Verfügung.

- **Kontaktaufnahme**

Zunächst erfolgte die Kontaktaufnahme mit den TV-RedakteurInnen – zum Teil wurde hier über die Personalabteilungen der Fernsehsender der Kontakt hergestellt, teilweise wurden die Redaktionen direkt kontaktiert.

Im Anschluss an die Interviews mit den TV-RedakteurInnen wurde der Kontakt zu den Medienverantwortlichen hergestellt. Ursprünglich wurden im *ORF* Fernsehdirektorin Kathrin Zechner und bei *Puls4* der Geschäftsführer Markus Breitenacker für Interviews angefragt – beide standen nicht für Gespräche zur Verfügung. Als Vertretung konnten schließlich Konrad Mitschka und Corinna Milborn für Interviews gewonnen werden.

- **Auswahl des Untersuchungsinstruments**

Die Gespräche wurden als problemzentrierte Interviews angelegt.⁵⁶⁷ Für die JournalistInnen und die Medienverantwortlichen wurde jeweils ein eigener Leitfaden entworfen, wobei es unter den RedakteurInnen noch jeweils eine modifizierte Variante für autochthone JournalistInnen und jene mit Migrationshintergrund gab.

Bei den autochthonen RedakteurInnen stand die Wahrnehmung von ethnischer Diversität im Unternehmen, der Umgang mit KollegInnen mit Migrationshintergrund und die Bedeutung von Vielfalt für die TV-Sender im Vordergrund. Die JournalistInnen mit Migrationshintergrund wurden zusätzlich zu ihren persönlichen Erfahrungen mit dem Migrationshintergrund im Berufsalltag, der Bedeutung ihrer Herkunft und zum Umgang des Unternehmens damit befragt. Bei den Medienverantwortlichen lag der Schwerpunkt schließlich auf einer möglichen Diversity Management-Strategie, der Bedeutung der Herkunft der MitarbeiterInnen, MigrantInnen als Zielgruppe der Sender und Migration und Integration als Inhalte der Berichterstattung.

- **Feldphase**

Die Interviews mit den TV-RedakteurInnen wurden vor jenen mit den VerantwortungsträgerInnen der Medienunternehmen geführt. Die Überlegung war, die Medienverantwortlichen in den Gesprächen bereits mit den Ergebnissen aus den Interviews mit den JournalistInnen konfrontieren zu können. Die Interviews mit den TV-RedakteurInnen wurden von Dezember 2012 bis Oktober 2013 geführt, im Anschluss daran erfolgten die Gespräche mit den Medienverantwortlichen von November 2013 bis Jänner 2014. Die Interviews mit den TV-JournalistInnen wurden anonymisiert, die Personen – nach dem Zeitpunkt des Interviews – in alphabetischer Reihenfolge mit Buchstaben benannt.⁵⁶⁸ Eine Ausnahme stellt der *ORF*-Journalist Zoran Dobrić dar: Dieser wollte ausdrücklich in der Dissertation mit Namen genannt werden.

- **Aufzeichnung und Transkription**

Die Interviews wurden persönlich geführt und mit einem digitalen Aufnahmegerät aufgezeichnet, nur in einem Fall wurde ein Interview telefonisch geführt. Im Anschluss

⁵⁶⁷ Unter dem Punkt 21.2 *Das Untersuchungsinstrument: Das problemzentrierte Interview* wird näher auf diese Form des Interviews eingegangen.

⁵⁶⁸ Die Interviews werden im Beleg mit P. für Person, dem jeweiligen Buchstaben und der Stelle im Interviewtranskript (Zeile) angegeben.

darán wurden die Aufzeichnungen transkribiert. Die Transkriptionen umfassen über 250 DIN A4-Seiten und sind auf der CD, die der Dissertation beigelegt ist.

- **Auswertung**

Die Auswertung erfolgte mittels der *Qualitativen Inhaltsanalyse* nach Philipp Mayring. Dabei wurde die Technik der Zusammenfassung gewählt, auf die im Punkt *Auswertungsmethode* näher eingegangen wird.

21.2 Das Untersuchungsinstrument: *Das problemzentrierte Interview*

Als Methode für die qualitative Untersuchung der Studie wurde das *problemzentrierte Interview* gewählt. Unter *problemzentriertem Interview* werden hier wie bei Mayring „alle Formen der offenen, halbstrukturierten Befragung“⁵⁶⁹ verstanden. Die *Offenheit* bezieht sich auf die Antworten der InterviewpartnerInnen: Im *problemzentrierten Interview* werden den Interviewten keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Das Interview ist *teilstrukturiert* – entsprechend gibt es zwar einen Leitfaden, bei Bedarf kann der/die InterviewerIn davon abweichen. Der Leitfaden sollte lediglich eine Hilfestellung sein, auf Basis derer überprüft werden kann, welche Themen bereits behandelt wurden und auf welche Fragestellungen noch eingegangen werden sollte.⁵⁷⁰

Witzel, der diese Methode prägte, sieht sie als „induktiv-deduktives Wechselverhältnis“: „Das unvermeidbare, und damit offenzulegende Vorwissen dient in der Erhebungsphase als heuristisch-analytischer Rahmen für Frageideen im Dialog zwischen Interviewern und Befragten. Gleichzeitig wird das Offenheitsprinzip realisiert, indem die spezifischen Relevanzsetzungen der untersuchten Subjekte insbesondere durch Narrationen angeregt werden.“⁵⁷¹

Das Interview wird mit Einstiegsfragen beziehungsweise *Sondierungsfragen* eingeleitet, danach werden auf der Basis des Interviewleitfadens die zentralen Fragen zum Erkenntnisinteresse gestellt. Wenn neue Themenbereiche im Gespräch auftauchen, werden diese in *Adhoc-Fragen* aufgegriffen.⁵⁷²

⁵⁶⁹ Mayring, Philipp: Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Weinheim und Basel 2002. S.67.

⁵⁷⁰ Vgl. Witzel, Andreas: Das problemzentrierte Interview, Forum qualitative Sozialforschung, Volume 1, No. 1, Art. 22. Im Internet: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/1132/2519> (zuletzt eingesehen am 11.1.2014).

⁵⁷¹ Ebd.

⁵⁷² Vgl. Mayring, Einführung, S. 70.

Im *problemzentrierten Interview* werden die InterviewpartnerInnen als „Experten ihrer Orientierungen und Handlungen“⁵⁷³ verstanden. Im Fall der Medienverantwortlichen war diese Rolle ohnehin vorgegeben, bei den RedakteurInnen dürfte auch das berufliche Rollenverständnis als JournalistIn zu einer schnellen Identifikation mit dieser ExpertInnenhaltung geführt haben. Besonders interessant gestaltete sich dies bei einem deutschen Redakteur, der sich selbst nicht als Migrant wahrnahm und dementsprechend in den Fragen zum Umgang mit dem Migrationshintergrund eine sehr distanzierte Rolle einnahm. Auch dieser Aspekt wurde in der Auswertung der Interviews mitberücksichtigt.

21.3 Die Auswertungsmethode: Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring

Die qualitative Inhaltsanalyse ist ein Verfahren, mit dem das Material systematisch bearbeitet wird. Aus dem Material – hier: den Interviews – werden Kategorien gebildet. Am Ende der induktiven Kategorienbildung steht ein Kategoriensystem. Innerhalb der qualitativen Inhaltsanalyse kann das Material mittels dreier unterschiedlicher Verfahren bearbeitet werden: der *Zusammenfassung*, *Explikation* oder *Strukturierung*.⁵⁷⁴ Für die Auswertung der vorliegenden Interviews wurde die Technik der *Zusammenfassung* gewählt: „Ziel der Analyse ist es, das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, durch Abstraktion ein überschaubares Korpus zu schaffen, das immer noch ein Abbild des Grundmaterials ist“⁵⁷⁵.

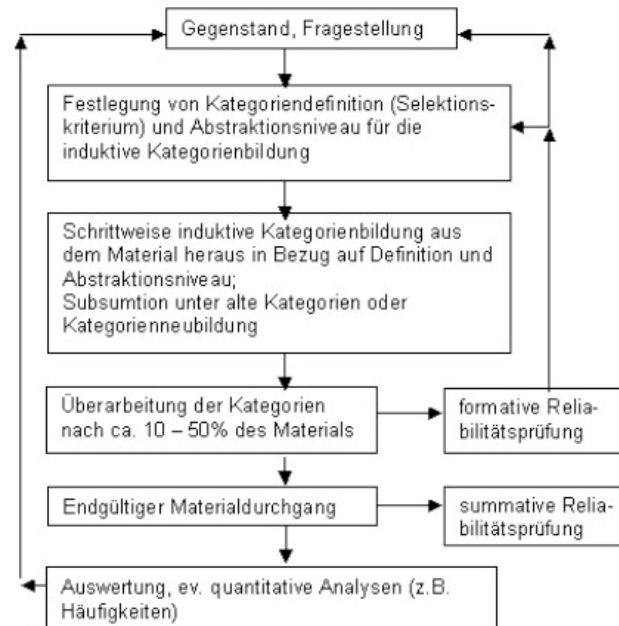
Die zusammenfassende Analyse läuft wie folgt ab: Zu Beginn wird der Gegenstand der Analyse bestimmt, danach wird konkretisiert, welche Themenbereiche für die Auswertung von Bedeutung sind. Schließlich werden auf Basis dieses Selektionskriteriums Kategorien gebildet. Nachdem 10 bis 50 Prozent des Materials analysiert wurden, besteht ein gewisses Kategoriensystem. Diese Kategorien können, wenn im Laufe der Analyse weitere entstehen oder die Kategorien verändert werden, um diese neuen Kategorien ergänzt werden. Das Material muss allerdings auf Basis des neuen Kategoriensystems neuerlich analysiert werden. Danach wird das Material abschließend durchgegangen, es folgen die Interpretation und Auswertung. Das Ablaufmodell von Mayring veranschaulicht den beschriebenen Prozess.

⁵⁷³ Witzel, Interview.

⁵⁷⁴ Vgl. Mayring, Einführung, S. 115

⁵⁷⁵ Mayring, Einführung, S. 115.

Abbildung 22: Das Ablaufmodell induktiver Kategorienbildung nach Mayring (Mayring, Inhaltsanalyse)



Die Auswertung des Kategoriensystems kann mittels quantitativer Analyse erfolgen, in dieser Untersuchung wurde ein anderes Verfahren gewählt: Die Kategorien wurden auf Basis der zentralen Forschungsfragen und der theoretischen Befunde zur Thematik interpretiert.

Kategoriensystem aus Interviews mit TV-RedakteurInnen

- **Einstieg in den Journalismus**
 - Gründe für Berufswahl
 - Hilfe bei Einstieg
 - Aufstieg im Journalismus
- **Für den Beruf erforderliche Kompetenzen**
- **Grund für geringe ethnische Diversität**
 - Fehlende Bewerbungen
 - Fehlende Diversität bei PraktikantInnen
 - Sprache
- **Anteil von Personen mit Migrationshintergrund**
- **Ethnische Diversität in TV-Sendern**

- **Sichtbare Diversität**
 - Personen mit Migrationshintergrund vor der Kamera
 - Angst vor mehr Diversität vor der Kamera
 - Einstellung zur Förderung von Diversität vor der Kamera
- **Zugang der Sender**
 - Strategien für Diversität
 - Kampagnen für Diversität
 - Fehlende Sensibilisierung
 - Fehlende Diversität als bewusste Entscheidung?
 - Wirtschaftliche Probleme als große Herausforderung
 - Furcht vor Irritation des Publikums
- **Rekrutierung von Personen mit Migrationshintergrund**
 - Systematische Personalauswahl
 - Kriterien für Aufnahme
 - Migrationshintergrund als Kriterium?
- **Vorteile von Diversität in Redaktionen**
- **Medien als Spiegel der Gesellschaft?**
- **Einfluss Medien-Gesellschaft**
- **Rolle des Migrationshintergrundes bei der Arbeit**
 - Migrationshintergrund irrelevant
 - Migrationshintergrund unbemerkt
 - Einsatz von interkulturellen Kompetenzen bei der Arbeit
 - Rolle des Migrationshintergrundes unter KollegInnen
- **Die Rolle des Migrationshintergrundes in der Biographie**
- **Vor- und Nachteile des Migrationshintergrundes**
- **Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund**
 - Erfahrungen mit Rassismus und Diskriminierung
 - Barrieren im Lebenslauf von Personen mit Migrationshintergrund
- **Diskriminierung allgemein**
 - Diskriminierung aufgrund anderer Faktoren
- **Bewertung der Förderung von Diversität**
 - Bewertung von Quoten
 - Bewertung von Nischenprodukten

- **MigrantInnen als Zielgruppe**
- **Migration und Integration als Inhalte der Berichterstattung**
 - Veränderungen in der Berichterstattung durch Diversität
- **Zukunftsprognosen in Hinblick auf Diversität**
- **Ethnische Diversität im TV im Ländervergleich**

Kategoriensystem aus Interviews mit VerantwortungsträgerInnen der TV-Sender

- **Selbstverständnis der TV-Sender**
- **Rolle der Massenmedien bei der Integration von Personen mit Migrationshintergrund**
 - Adäquate Abbildung der Gesellschaft durch die Massenmedien
- **Strategien für Diversity Management in den TV-Sendern**
- **Integrationsmaßnahmen in den TV-Sendern**
 - Einschätzung von Quoten
- **Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund im Sender**
 - Häufigkeit von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in der österreichischen Medienlandschaft
- **Umgang mit der Herkunft von MitarbeiterInnen in den TV-Sendern**
- **Sichtbare Diversität im TV**
- **Rekrutierung neuer MitarbeiterInnen**
 - Qualifikationsprofil der TV-Sender
- **Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund**
- **Mögliche Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund beim Einstieg in den Journalismus**
- **Rolle des Publikums**
- **MigrantInnen als Zielgruppe**
- **Migration und MigrantInnen als Inhalte der Berichterstattung**

In der Interpretation wurden die meisten Kategorien in einem eigenen Kapitel bearbeitet, wobei thematisch ähnliche Inhalte in einem Kapitel zusammengefasst wurden.

21.4 Ergebnisse der Interviews mit TV-RedakteurInnen

Dieses Kapitel widmet sich den Ergebnissen der Interviews mit RedakteurInnen der vier untersuchten österreichischen TV-Sender. Dies beinhaltet die Auswertung qualitativer Interviews mit 24 JournalistInnen. Thematisch wurde der eigene Einstieg in den Journalismusberuf, das Qualifikationsprofil der Fernsehsender, der Umgang mit Diversität und Barrieren für RedakteurInnen mit Migrationshintergrund behandelt. Zudem wurde in den Interviews die eigene Biographie thematisiert, auf die Bedeutung der ausländischen Wurzeln für die Arbeit eingegangen und erlebte Barrieren beziehungsweise Diskriminierung angesprochen. Die behandelten Themenfelder werden hier jeweils in eigenen Unterkapiteln ausgeführt.

21.4.1 Motive für die Berufswahl

Eine Analyse der Biographien und beruflichen Karrieren sollte Aufschluss darüber geben, wie JournalistInnen mit Migrationshintergrund und jene ohne ausländische Wurzeln ihren Weg in den Journalismus machten, welche Motive dafür entscheidend waren und ob sie dabei Unterstützung erlebten.

Die Gründe für die Berufswahl waren dabei weit gestreut: So nannten zwei RedakteurInnen etwa die Freude am Geschichtenerzählen beziehungsweise das „Gefühl, etwas zu erzählen zu haben“⁵⁷⁶ als Motiv dafür, den Beruf ergriffen zu haben.

Des Weiteren wurde der kreative Aspekt des Fernsehjournalismus erwähnt – etwa die Gestaltungsmöglichkeiten im TV, dass der Job Abwechslung bringt oder Spaß macht. Der Kontakt zu Menschen spielte bei zwei der Befragten eine Rolle, für einen Interviewpartner war auch die Teamarbeit einer der Gründe, um schließlich für einen TV-Sender zu arbeiten. Einzelne Befragte erwähnten auch gesellschaftliche Funktionen des Journalismus als Grund für ihre Berufswahl. Ein Redakteur mit iranischen Wurzeln artikuliert etwa den Wunsch, die Wahrheit ins Licht zu rücken: „Dann hat mich halt auch gestört, dass in den Medien so viele Unwahrheiten berichtet werden und ich war als junger Mann und hab ich gedacht, ich muss was verändern.“⁵⁷⁷ Ein autochthoner Redakteur nannte die Kontrolle der politischen Verantwortlichen als Motiv dafür, den Beruf ergriffen zu haben.⁵⁷⁸

⁵⁷⁶ P. K, 8.

⁵⁷⁷ P. H, 9-11.

⁵⁷⁸ Vgl. P. D, 12-15.

Ein *ATV*-Redakteur mit ausländischen Wurzeln war der Meinung mit dem Beruf des Journalisten einigen seiner Interessen nachgehen zu können.⁵⁷⁹ Das spiegelt sich auch in den Antworten einiger Befragter wider, die über Interessen wie der Freude am Schreiben oder der Neigung zur Musik zum Journalismus gekommen sind.⁵⁸⁰ Eine Redakteurin mit österreichischen Wurzeln nannte ihre Familie als bedeutenden Faktor: Da sie in einer JournalistInnenfamilie aufgewachsen war, sei der Beruf hier ständig präsent gewesen.

21.4.2 Der Weg in den Journalismus

Bei einigen InterviewpartnerInnen war der Journalismus nicht der ursprünglich angepeilte Beruf, sondern wurde über andere berufliche Stationen erreicht. So fanden sich unter den Befragten drei Personen, die über das Schauspiel zum Journalismus kamen,⁵⁸¹ eine Befragte mit iranischen Wurzeln war zuvor in der Modebranche tätig und stieg schließlich in den Modejournalismus ein,⁵⁸² ein Interviewpartner kam aus dem Musikbereich.⁵⁸³

Neben dieser Tendenz – über einen bereits vorhandenen Beruf zum Journalismus zu stoßen – zeigte sich eine weitere, für den Journalismusberuf typische, Tendenz: Der Weg über Praktika, Volontariate und Ausbildungen in die Medienhäuser zu gelangen. Fünf Befragte berichteten, auf diese Weise in den Journalismus gelangt zu sein. In einigen Fällen wurde während des Studiums mit der Arbeit als freieR MitarbeiterIn begonnen. Gerade bei jüngeren RedakteurInnen waren auch Fachhochschulen ein Sprungbrett auf dem Weg in den Beruf.⁵⁸⁴

Werden die Angaben der JournalistInnen mit Migrationshintergrund analysiert, so ist hier eine knappe Mehrheit nach einer Ausbildung in einem anderen Bereich in den Journalismus gekommen. Die übrigen RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln absolvierten Praktika und Volontariate. Die JournalistInnen mit Migrationshintergrund gelangten demnach über ähnliche Wege in die Medienhäuser wie ihre KollegInnen mit österreichischen Wurzeln. KeineR der befragten RedakteurInnen mit Migrationshintergrund stieg über spezielle Förderungsprogramme in den Beruf ein.

⁵⁷⁹ Vgl. P. F, 8-12.

⁵⁸⁰ Vgl. P. U, 14-16.

⁵⁸¹ Vgl. P. R, S, T.

⁵⁸² Vgl. P. G.

⁵⁸³ Vgl. P. U.

⁵⁸⁴ Vgl. P. E.

21.4.3 Unterstützung beim Einstieg in den Journalismus

Wird die Integration von Personen mit Migrationshintergrund in den Journalismus thematisiert, gehen WissenschaftlerInnen vielfach davon aus, dass fehlende Netzwerke eine Barriere für angehende JournalistInnen mit Migrationshintergrund darstellen können. Um dies zu überprüfen, wurden die InterviewpartnerInnen zu Hilfestellungen auf dem Weg in den Journalismus befragt.

Dabei gaben beinahe alle Befragten – sowohl RedakteurInnen mit Migrationshintergrund als auch jene mit österreichischen Wurzeln – an, selbst keine Hilfe beim Einstieg in den Journalismus gehabt zu haben. Netzwerke seien erst später im Laufe des Berufslebens aufgebaut worden. Dagegen wurde mehrmals erwähnt, Glück gehabt zu haben. Selbst jene Befragten, die aus einer JournalistInnenfamilie stammen, betonten, dass sie keine Hilfe beim Einstieg in den Journalismus beziehungsweise keine Hilfe beim Einstieg in den Fernsehjournalismus hatten. In einem Fall wurde angegeben, lediglich als Kind gefördert worden zu sein,⁵⁸⁵ ein anderer Journalist erklärte mit dem Journalismus aufgewachsen zu sein.⁵⁸⁶

Als eine Form von Hilfe auf dem Weg in den Beruf wurde die finanzielle Unterstützung der Eltern erwähnt, durch die erst die Absolvierung bestimmter Praktika möglich gewesen sei. Für einzelne JournalistInnen boten Universitäten oder Fachhochschulen die Möglichkeit, erste Kontakte zu knüpfen und dadurch den Weg in die Medienbranche zu finden.

Die Angaben der befragten JournalistInnen widersprechen auf den ersten Blick der Annahme, dass der Weg in den Journalismus in sehr vielen Fällen über Netzwerke und Kontakte führt. In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung wurde dies vielfach als möglicher Grund für einen geringen Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund genannt: „Journalist zu werden erfordert nämlich neben einem abgeschlossenen Hochschulstudium eine enge soziale Bindung an die vorhandenen journalistischen Netzwerke oder entsprechende ‚Kreise‘. Migranten aus dem Arbeitermilieu fehlen diese Kontakte weitestgehend.“⁵⁸⁷ Auch unter den ChefredakteurInnen und GeschäftsführerInnen österreichischer Medien wurde das Fehlen „notwendiger“ Netzwerke in einer früheren Studie mehrfach als einer der Gründe für einen geringen Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in österreichischen Medien genannt. Diese Netzwerke werden in einem System, in dem eine informelle Art der Rekrutierung vorherrscht – wie im Journalismus – als bedeutend für den Einstieg in den Beruf

⁵⁸⁵ Vgl. P. L, 12-13.

⁵⁸⁶ Vgl. P. P, 18-20.

⁵⁸⁷ Iglesias, Migranten-Journalisten, S. 89.

erachtet.⁵⁸⁸

Tatsächlich könnte man aber – ausgehend von den Aussagen der Befragten – annehmen, dass Netzwerke eine geringe Rolle beim Einstieg in die Branche spielen, ein geringer Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den österreichischen TV-Medien also nicht hauptsächlich auf fehlende Netzwerke zurückgeführt werden kann. Dabei darf nicht vergessen werden, dass Netzwerke nicht nur in Form des viel zitierten „Vitamin B“ – also Beziehungen, die direkt in den Job verhelfen – existieren, sondern bereits die eine oder andere Information mehr den BewerberInnen nützen können. So wurden etwa Kontakte zu Bekannten auf der Universität erwähnt, durch die ein Befragter von einer offenen Stelle bei einer Zeitung erfuhr. Auch bei jenen RedakteurInnen, die aus JournalistInnenfamilien stammen, kann angenommen werden, dass ihre Herkunft – wenn auch nicht in Form direkter Hilfe – von Vorteil war; diese Personen etwa durch ihre Familie die Strukturen der Branche kennenlernten und damit womöglich in einer anderen Weise damit umgehen können als ihre KollegInnen, die diesen Hintergrund nicht haben. Darauf deuten auch die Angaben eines autochthonen Redakteurs hin, der einen bestimmten sozialen Habitus beschrieb, der unter JournalistInnen vorherrschte. Wird dieser „Habitus“ im Sinne von Pierre Bourdieu interpretiert, kann davon ausgegangen werden, dass jene RedakteurInnen, die seit ihrer Kindheit mit einem journalistischen Umfeld, in dem bestimmte Praxisformen herrschten, konfrontiert waren, selbst entsprechend agieren und für das Umfeld stimmig auftreten konnten.⁵⁸⁹ So kann angenommen werden, dass derartige Erfahrungen positiv für die eigene Berufslaufbahn waren.

21.4.4 Für den Beruf erforderliche Kompetenzen

Um die Anforderungen an die JournalistInnen und das Qualifikationsprofil im TV-Journalismus festmachen zu können, wurden die InterviewpartnerInnen zu den – aus ihrer Sicht – wichtigsten Kompetenzen für ihren Beruf befragt. Damit sollte auch ein Einblick gewonnen werden, ob und welche Bedeutung hier interkulturelle Kompetenzen haben. Bemerkenswerterweise wurde die – im Zusammenhang mit Anforderungen an JournalistInnen mit Migrationshintergrund immer wieder geforderte – Sprachperfektion hierbei kaum erwähnt. Nur eine Journalistin, die selbst Wurzeln im Ausland hat, erachtete „irgendwie ein Talent (...) zum Texten“⁵⁹⁰ als bedeutend im Journalismus, wobei sie in

⁵⁸⁸ Vgl. Zauner, Zuwanderung, S. 474.

⁵⁸⁹ Vgl. Bourdieu, Pierre: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik & Kultur 1. Hamburg 2005. S. 31 ff.

⁵⁹⁰ P. M., 69.

weiterer Folge von RedakteurInnen berichtete, die kein solches Talent besäßen, aber dennoch den Beruf erfolgreich ausübten.

Dass die Sprache bei den notwendigen Kompetenzen für TV-JournalistInnen keine Erwähnung fand, ist vor allem insofern interessant, als dass sie bei möglichen Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund durchaus genannt wurde. Das lässt darauf schließen, dass die perfekte Beherrschung der deutschen Sprache bei autochthonen JournalistInnen vorausgesetzt wird, bei Personen mit Wurzeln im Ausland aber Zweifel daran bestehen – Sprachdefizite demnach vor allem mit ausländischen Wurzeln in Verbindung gebracht werden.

Immer wieder wurden dagegen die Eigenschaften Interesse, Neugierde und ein breites Wissen als bedeutende Kompetenzen für den Beruf erwähnt. Auch soziale Fähigkeiten und Schnelligkeit wurden von den befragten JournalistInnen als wichtige Kompetenzen definiert. Eine Journalistin erwähnte im Zusammenhang mit den Fähigkeiten im Beruf, dass Kompetenzen vielfach nicht beachtet würden und bei Praktikantinnen – aus ihrer Sicht – eher das Aussehen eine Rolle spielte.

21.4.5 Anteil von Personen mit Migrationshintergrund

In der quantitativen Erhebung hatten 12,6 Prozent der Befragten einen Migrationshintergrund, was einen überraschend hohen Anteil darstellt. Um ein möglichst realistisches Bild zur ethnischen Diversität in den TV-Redaktionen zu gewinnen, wurden auch die InterviewpartnerInnen zur Situation in ihrem Unternehmen befragt. In den qualitativen Interviews wurden die JournalistInnen gebeten, eine Schätzung abzugeben, wie hoch der Anteil an RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in ihrem Unternehmen ist.

Die TV-Sender schnitten hier höchst unterschiedlich ab: Während beim Privatsender *ATV* kaum ethnische Diversität in der Redaktion wahrgenommen wurde,⁵⁹¹ gaben RedakteurInnen des Privatsenders *ServusTV* eine erstaunlich hohe Einschätzung ab. Bei *ServusTV* gingen mehrere befragte RedakteurInnen übereinstimmend davon aus, dass 50 Prozent der MitarbeiterInnen Migrationshintergrund haben,⁵⁹² wobei die Befragten erwähnten, dass es sich dabei vor allem um JournalistInnen aus dem Alpenraum handelt und hier vor allem aus Deutschland. Eine Redakteurin vermutete sogar einen Überhang an deutschen MitarbeiterInnen von 60 Prozent gegenüber 40 Prozent ÖsterreicherInnen.⁵⁹³ Der hohe Anteil

⁵⁹¹ Vgl. P. E, 123-125.

⁵⁹² Vgl. P. P, 125-126, P. Q, 173-174.

⁵⁹³ Vgl. P. O, 162.

an Personen mit Migrationshintergrund bei *ServusTV* ergibt sich aus der Strategie des Senders, der ZuseherInnen im Alpenraum erreichen will und sich nicht nur auf Österreich als Markt konzentriert.

Beim Privatsender *ATV* berichteten die InterviewpartnerInnen nur von einzelnen – ihnen bekannten – RedakteurInnen mit Migrationshintergrund. Von ein bis zwei Personen war in den Gesprächen die Rede, wobei in den technischen Berufen im Unternehmen mehr ethnische Diversität wahrgenommen wurde.

Bei den *ORF*-RedakteurInnen gingen die Schätzungen zum Anteil von MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund weit auseinander. Während ein Redakteur einen Anteil von 20 Prozent vermutete,⁵⁹⁴ schätzte ein anderer diesen unter fünf Prozent.⁵⁹⁵

Beim Sender *Puls4* sprachen drei der fünf Befragten von einem hohen Anteil an ethnischer Diversität. So nannte ein Redakteur den Sender im Vergleich zur Konkurrenz „Multi-Kulti“⁵⁹⁶, eine Mitarbeiterin mit Migrationshintergrund bemerkte aber, dass sie sich dennoch optisch vom Rest des Teams abheben würde, was aber nicht nur für den Sender, sondern die gesamte Medienbranche gelte: „(...) wenn man einen Raum betritt und natürlich, du siehst ok gut, da sind oft bei unseren Meetings eben (...) alles nur Österreicher ja, oder die Hälfte ist blond oder hell oder was weiß ich, man gewöhnt sich schon daran ja, das ist irgendwo im Hinterkopf, weil du weißt genau, du bist nicht so.“⁵⁹⁷

Werden die Schätzungen der TV-RedakteurInnen mit den Ergebnissen der quantitativen Studie verglichen, so lassen sich Übereinstimmungen finden. So hatte etwa vom Sender *ATV*, wo die JournalistInnen in ihren Reihen nur wenig ethnische Diversität erkennen konnten, keinE RedakteurIn mit Migrationshintergrund an der quantitativen Befragung teilgenommen. Bei *Puls4*, wo die Mehrheit der InterviewpartnerInnen eine große Diversität festgestellt hatte, lag der Anteil der RedakteurInnen mit Migrationshintergrund, die den Fragebogen beantworteten, bei 25 Prozent. Bei *ServusTV* hatten 38,5 Prozent der TeilnehmerInnen am Fragebogen ausländische Wurzeln, was zumindest in Richtung der Einschätzungen aus den qualitativen Interviews geht. Beim *ORF* lag der Anteil der Befragten mit zumindest einem ausländischen Elternteil bei 19 Prozent.

⁵⁹⁴ Vgl. P. K, 127.

⁵⁹⁵ Vgl. P. W, 260-261.

⁵⁹⁶ P. H, 64-65.

⁵⁹⁷ P. G, 466-470.

21.4.6 Rolle des Migrationshintergrundes bei der Arbeit

Da der Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in der quantitativen Studie weit höher war als bisher in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit dem Thema angenommen, stellt sich die Frage, ob die ethnische Diversität auch in den Redaktionen der TV-Sender bisher weitgehend unbemerkt war oder die TV-RedakteurInnen über dieses Potenzial Bescheid wussten. Dass die ausländischen Wurzeln bei den Medienverantwortlichen nicht immer bekannt waren, zeigten Interviews im Rahmen einer früheren Studie zu ethnischer Diversität in österreichischen Medienhäusern. Die Programmverantwortliche des Radio-Senders *FM4*, Monika Eigensperger, war etwa überrascht über den hohen Anteil an RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in ihrem Sender, den sie erst nach genauer Nachfrage eruieren konnte.⁵⁹⁸

Für eine Beurteilung des Wissens über Diversität in den Redaktionen wurden die TV-JournalistInnen befragt, ob die ethnischen Wurzeln ihrer KollegInnen bekannt seien und woher sie von einem eventuellen ausländischen Background der RedakteurInnen wüssten. Dabei wurde angegeben, dass die Herkunft zumeist durch Namen oder im Gespräch aufgefallen sei. Auch durch Akzente beziehungsweise die Sprache haben die Befragten den Migrationshintergrund der KollegInnen bemerkt. Ein *Puls4*-Redakteur meinte im Interview, gebrochenes Deutsch oder Akzente noch nicht wahrgenommen zu haben.⁵⁹⁹ Auch aufgrund der optischen Erscheinung wurde von den RedakteurInnen auf eine ausländische Herkunft geschlossen.

Auf den Umgang mit Diversität im Sender angesprochen, gab die Mehrheit der TV-JournalistInnen an, der Migrationshintergrund würde keine Rolle spielen. Dabei wurde argumentiert, dass die Leistung zählen würde und nicht die Herkunft. Der Migrationshintergrund sei irrelevant, allerdings im positiven Sinne. Auch unter den befragten RedakteurInnen mit Migrationshintergrund wurde dieser Zugang so wahrgenommen. Aus Sicht einer *Puls4*-Redakteurin waren ihre ausländischen Wurzeln bei der Arbeit kein Thema, sie würde dazu nur bei aktuellen politischen Ereignissen in ihrem Heimatland gefragt.⁶⁰⁰ Ein *ORF*-Redakteur mit Migrationshintergrund berichtete, dass seine Herkunft bei Aufnahmegesprächen thematisiert wurde.⁶⁰¹ Tendenziell gelte jedoch: Je offener die Redaktion, desto später würde man auf seinen ethnischen Hintergrund angesprochen.

⁵⁹⁸ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 80.

⁵⁹⁹ Vgl. P. U, 206-210.

⁶⁰⁰ Vgl. P. G, 235-239.

⁶⁰¹ Vgl. P. W, 134-135.

Die Herkunft hat auch deshalb keine Relevanz, da das Wissen der MigrantInnen in den Redaktionen nicht die Ausnahme darstellt, sondern – wie im Fall von *ServusTV* – in manchen Redaktionen sogar mehr deutsche RedakteurInnen als ÖsterreicherInnen beschäftigt sind und der Migrationshintergrund keine Ausnahme darstellt.

Aus den Interviews geht hervor, dass die Herkunft in manchen Fällen durchaus thematisiert würde – etwa in Form von Scherzen. Ein *Puls4*-Redakteur beschreibt dies folgendermaßen: „Wenn sie sich mal lustig machen über Ausländer, dann heißt’s *Wie der zum Beispiel*. Und da merkt man’s dann schon.“⁶⁰² Derartige Bemerkungen werden von den betroffenen Personen sehr unterschiedlich wahrgenommen. Eine *ServusTV*-Mitarbeiterin schilderte etwa Scherze auf liebevollem Niveau,⁶⁰³ ein *ORF*-Redakteur vermutete dagegen, dass Witze für einzelne KollegInnen durchaus ein Problem darstellen würden.⁶⁰⁴ Derartige vermeintlich scherzhafte Bemerkungen wurden auch in Zusammenhang mit Diskriminierung erwähnt: Einige der Aussagen würden demnach sehr wohl als diskriminierend aufgefasst. Durch ihren Migrationshintergrund erhielten einzelne JournalistInnen auch eine Sonderstellung im Unternehmen: So schilderten einzelne Personen, sich bei der Arbeit „anders“ behandelt zu fühlen als ihre KollegInnen. Der *ORF*-Redakteur Zoran Dobrić, der selbst ausländische Wurzeln hat, sah darin aber keine bewusste Handlung. Die KollegInnen hätten ihn im Grunde in seiner beruflichen Laufbahn immer nur gefördert.⁶⁰⁵ Eine „andere“ Behandlung wurde nicht nur in negativem Zusammenhang erwähnt: Ein Redakteur schilderte, dass auch der Nutzen seines Migrationshintergrundes erkannt worden sei. Die positive Behandlung im Sender führte er aber auch darauf zurück, dass er sowohl arabische als auch österreichische Wurzeln hat.⁶⁰⁶ Eine *ORF*-Redakteurin vermutete, dass JournalistInnen mit Migrationshintergrund in prominenten Positionen mit dem Neid der KollegInnen konfrontiert seien und ihr Erfolg des Öfteren auf ihren Migrationshintergrund zurückgeführt werde.⁶⁰⁷ Direkte Konfrontationen wurden von den TV-RedakteurInnen kaum geschildert, als Herausforderung wurde unter anderem die unterschiedliche Bewertung von Themen unter deutschen und österreichischen RedakteurInnen erwähnt.

Die Rolle des Migrationshintergrundes beschränkt sich in den Redaktionen auf seine Unsichtbarkeit. Die Aussagen der JournalistInnen verdeutlichten die fehlende Relevanz der ausländischen Wurzeln bei der täglichen Arbeit. Von den Befragten wurde dies als positive

⁶⁰² P. H, 102-104.

⁶⁰³ Vgl. P. I, 132-133.

⁶⁰⁴ Vgl. P. W, 148-152.

⁶⁰⁵ Vgl. Zoran Dobrić, 431-437.

⁶⁰⁶ Vgl. P. S, 241-247.

⁶⁰⁷ Vgl. P. L, 237-243.

Tatsache interpretiert – im Sinne dessen, dass der Migrationshintergrund kein Problem darstellt, die Personen aufgrund ihrer Leistung behandelt würden. Die Angaben der Befragten lassen aber auch auf eine nach wie vor vorhandene Defizitorientierung bei der Behandlung von Qualifikationen von Personen mit Migrationshintergrund schließen. Die Formulierung, die Wurzeln würden „kein Problem“⁶⁰⁸ darstellen, macht deutlich, dass der Migrationshintergrund häufig als Einschränkung gedeutet wird. Der Fokus scheint in jedem Fall nicht darauf zu liegen, was dieser interkulturelle Hintergrund an Vorteilen bringen könnte.

Sind die ausländischen Wurzeln im Berufsleben zumeist irrelevant, liegt der Schluss nahe, dass auch Kompetenzen, die damit einhergehen, nicht bekannt sind und dementsprechend auch nicht genutzt werden können. Ein Beispiel dazu lieferte eine *ORF*-Redakteur: Er schilderte, dass die Verantwortlichen im Unternehmen oft erst bei Castings erkennen würden, welches Potenzial in Personen mit Migrationshintergrund steckt und darüber stets überrascht seien.⁶⁰⁹ Diese Angaben liefern auch eine mögliche Erklärung, warum wissenschaftliche Studien bisher stets einen deutlich geringeren Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund feststellten, als es die Ergebnisse der quantitativen Studie im Rahmen dieser Arbeit zeigen. Die fehlende Relevanz und Thematisierung des Migrationshintergrunds lässt vermuten, dass in den Chefetagen kein Wissen über das Diversity-Potenzial in den Redaktionen besteht. In früheren Studien wurde – beim Versuch, den Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund zu erheben – stets auf die Daten der Medienunternehmen zurückgegriffen und nicht die JournalistInnen selbst befragt.⁶¹⁰ Dementsprechend dürften viele RedakteurInnen, deren Wurzeln schlichtweg unbeachtet und unbemerkt blieben, in diesen Statistiken nicht aufscheinen.

21.4.7 Sichtbare Diversität

Bei der Thematisierung von ethnischer Diversität vor der Kamera nahmen die befragten TV-JournalistInnen unterschiedliche Positionen ein. Einzelne InterviewpartnerInnen vermuteten hier keine Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund – sichtbare Diversität wurde sogar in einem Fall als überaus erwünscht angesehen. Andere Befragte konnten diese Wahrnehmung nicht teilen. Hier wurde etwa geäußert, dass Migrationshintergrund on-air

⁶⁰⁸ P. M, 221.

⁶⁰⁹ Vgl. P. S, 86-89.

⁶¹⁰ Vgl. Herczeg, Gesellschaft.
Vgl. Geißler, Diversität.

immer eine Schwierigkeit sei, eine *ORF*-Redakteurin mit dunkler Hautfarbe wurde von einem Interviewpartner als „Rarität“⁶¹¹ in Österreich bezeichnet.

Als mögliche Ursachen für eine geringe ethnische Diversität auf den Bildschirmen vermutete eine Interviewpartnerin die Angst der Sendungsverantwortlichen vor den Zuschauerreaktionen – diese Scheu würde man allerdings nicht zugeben.⁶¹² In eine ähnliche Richtung ging die Aussage einer Redakteurin, die vermutete „dass es sehr komisch ausschauen würde, wenn jemand, der jetzt komplett dunkelhäutig ist, die Nachrichten für den Alpenraum präsentiert.“⁶¹³ Für die ZuseherInnen könnte dies zu unerwartet sein. Eine weitere Interviewpartnerin berichtete, selbst mit der Furcht vor möglichen ZuschauerInnenreaktionen konfrontiert gewesen zu sein. So hätte es im Sender zum Teil Bedenken gegeben, die Redakteurin mit iranischen Wurzeln vor der Kamera zu positionieren. Argumentiert wurde dies mit der Auffälligkeit ihres Äußeren – ZuseherInnen könnten sich womöglich an ihr satt sehen, andere Verantwortliche im Sender teilten diese Meinung allerdings nicht. Die Redakteurin wurde in weiterer Folge dennoch vor der Kamera eingesetzt.⁶¹⁴ Dieselbe Interviewpartnerin gab an, dass aus ihrer Sicht im österreichischen Fernsehen häufig blonde Moderatorinnen eingesetzt würden. Begründet wurde dies mit der Annahme, dass sich blond gut verkaufen würde.⁶¹⁵

Welche Bedeutung das Publikum in Hinblick auf sichtbare Diversität einnimmt, wurde unter den befragten RedakteurInnen kontrovers diskutiert. Ein *ATV*-Journalist bewertete die Sorge vor den Reaktionen des Publikums als Unsinn.⁶¹⁶ Auch eine *ServusTV*-Redakteurin wollte die Angst, das Publikum mit ModeratorInnen mit Migrationshintergrund zu verärgern, in den Redaktionen heute nicht mehr wahrnehmen. Sie vermutete, dass ethnische Diversität für die ZuseherInnen kein Problem darstellen würde, der zeitliche Faktor aber eine Rolle spiele. Das Publikum würde Zeit brauchen, bis ModeratorInnen mit Migrationshintergrund vertraut würden.⁶¹⁷ Dass sichtbare Diversität in der Vergangenheit durchaus eine Herausforderung für die TV-Sender darstellte, beweisen die Angaben der Moderatorin Arabella Kiesbauer: Sie berichtete in einer Studie aus dem Jahr 2010 von Briefen mit Anfeindungen, die nach ihren ersten Auftritten an den *ORF* geschickt wurden.⁶¹⁸ Daneben existieren aber auch gegenteilige Erfahrungen: In einer deutschen Studie berichtete ein Redakteur mit Migrationshintergrund

⁶¹¹ P. H, 144-146.

⁶¹² Vgl. P. B, 110-113.

⁶¹³ P. J, 184-185.

⁶¹⁴ Vgl. P. G, 113-123.

⁶¹⁵ Vgl. P. G, 742-745.

⁶¹⁶ Vgl. P. E, 188.

⁶¹⁷ Vgl. P. J, 313-321.

⁶¹⁸ Vgl. Stradner, Mehrheit, S. 105 f.

von positiven Reaktionen des Publikums. Dieser nahm sich durchaus als Vorbild wahr. Die Studienautorin schloss aus diesen Bewertungen des Publikums in diesem Fall auf einen positiven Effekt für die Integration.⁶¹⁹

Neben der vermeintlichen Skepsis der TV-Sender wurde auch der bewusste Einsatz von ModeratorInnen mit Migrationshintergrund thematisiert. Dabei wurde vonseiten der RedakteurInnen argumentiert, dass ausländische Wurzeln in manchen Formaten auch von Vorteil sein könnten. Zwei RedakteurInnen merkten kritisch an, dass ethnische Diversität in einzelnen Formaten in die Auslage gestellt würde und Personen als die „Zuwandererergesichter“ eines Senders verkauft würden.⁶²⁰ In den Interviews wurde dahinter der Versuch der Fernsehsender vermutet, modern zu wirken.⁶²¹ In der Vergangenheit sei eine solche Strategie verstärkt in Jugendprogrammen verfolgt worden, heute sei dies auch in Nachrichtenformaten der Fall.

21.4.8 Gründe für geringe ethnische Diversität

Die Gründe für eine nicht-adäquate Abbildung von Diversität in den Medien sahen die InterviewpartnerInnen vor allem bei den Personen mit Migrationshintergrund und weniger bei den Medienunternehmen. Des Öfteren wurde in den Interviews fehlendes Interesse vonseiten der Personen mit Migrationshintergrund erwähnt, was an der geringen Anzahl an Bewerbungen deutlich würde.⁶²² Auch ein zu geringes Selbstbewusstsein von Menschen mit Migrationshintergrund wurde als vorstellbarer Grund genannt.⁶²³ Ein geringerer Bildungsgrad beziehungsweise fehlende Sprachperfektion waren weitere Motive, die von den InterviewpartnerInnen erwähnt wurden. Zudem vermutete ein Redakteur mit Migrationshintergrund, dass MigrantInnen bei ihrer Berufswahl eher pragmatisch vorgehen würden und berichtete dabei auch von eigenen Erfahrungen: „Meinen Eltern zum Beispiel war die Berufswahl am Anfang unverständlich, sie hätten lieber gehabt, dass ich Medizin studiere. Das hat auch zu tun gehabt mit Bildern, die in der Heimat vorkommen.“⁶²⁴

Nur ein Interviewpartner sah die Medienunternehmen verantwortlich für eine geringe Diversität in manchen Redaktionen: Konservative Medien würden demnach weniger aufgeschlossen für Vielfalt im Unternehmen sein, bei „jungen Medien“ gebe es dagegen eine

⁶¹⁹ Vgl. Wolf, Integration.

⁶²⁰ Vgl. P. L, 221-223, P. U, 318-320.

⁶²¹ Vgl. P. J, 168-171, P. W, 341-342.

⁶²² Vgl. P. D, 66-68.

⁶²³ Vgl. P. N, 175-178.

⁶²⁴ P. W, 272-275.

hohe Diversität.⁶²⁵ Ein anderer Interviewpartner vermutete einen Zusammenhang mit dem Berufsbild – in einem bürgerlichen Beruf wie dem Journalismus erschwere Klassendenken die Situation für JournalistInnen mit Migrationshintergrund: „Dass es etwas gibt, wie – wenn man so will – Klassendenken, dass es eben nicht nur Leute mit Migrationshintergrund schwierig haben, professionell wirklich Fuß zu fassen, sondern auch Leute aus anderen sozialen Hintergründen.“⁶²⁶

21.4.9 Zugang der Sender

In den Augen der meisten RedakteurInnen sind die österreichischen TV-Sender offen gegenüber RedakteurInnen mit Migrationshintergrund. Dabei wurde nicht nur dem eigenen Arbeitgeber, sondern von einzelnen Befragten der gesamten Branche Offenheit für ethnische Diversität zugebilligt. Eine Redakteurin argumentierte, dass dies mit dem Beruf zusammenhängen würde: „Ich glaube (...), dass das mit dem Beruf einhergeht, weil die Leute so weltoffen sind und in vielen Bereichen sich bewegen und viel kennen, dass man da auch gar keine Berührungsängste hat.“⁶²⁷ Selbst bei jenen TV-Sendern, in denen der Anteil an MitarbeiterInnen mit ausländischen Wurzeln gering ist, wurde keine ablehnende Haltung vermutet. Ein Interviewpartner ging davon aus, dass auch hier sicherlich mehr Diversität gewünscht wäre, Diversität aber kein vorrangiges Problem darstelle.⁶²⁸ Auf fehlende Initiativen für mehr ethnische Vielfalt angesprochen, wurde von zwei Redakteurinnen mit Migrationshintergrund argumentiert, dass im Journalismus Eigenleistung gefragt sei.⁶²⁹ Ein Argument, das in weiterer Folge immer wieder erwähnt wurde.

Zum Teil vermuteten die InterviewpartnerInnen bei ihren Arbeitgebern eine bewusste Förderung von Vielfalt in den Redaktionen. So erwähnte ein *Puls4*-Redakteur, dass in seinem Sender eine Redakteurin aus den USA angestellt wurde, die zwar keine perfekten Deutschkenntnisse besaß, aber Background-Wissen hatte. Dahinter wurde ein bewusster Schritt vonseiten des Senders vermutet.⁶³⁰ Ein Sonderstatus wurde in diesem Zusammenhang dem Privatsender *ServusTV* zugeschrieben: Durch das grenzübergreifende Senderkonzept würde auch beim Personal vermehrt auf Diversität geachtet – ein Argument, das bereits in Zusammenhang mit dem Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in TV-

⁶²⁵ Vgl. P. U, 277-278.

⁶²⁶ P. V, 211-213.

⁶²⁷ P. T, 54-56.

⁶²⁸ Vgl. P. D, 144-148.

⁶²⁹ Vgl. P. G, 578-579.

⁶³⁰ Vgl. P. H, 79-83.

Sendern erwähnt wurde. Eine Redakteurin stellte Offenheit für Diversität als Motiv für die Förderung aber infrage und vermutete eher Personalmangel als Grund für den hohen Anteil an deutschen RedakteurInnen im Sender.⁶³¹ Andere KollegInnen betonten die große Offenheit des Senders und die Internationalität, die auch im ganzen Unternehmen *Red Bull* gelebt werde.⁶³²

In den Gesprächen forderten die Befragten zum Teil aber auch mehr Engagement seitens der TV-Sender. Vor allem die *ORF*-RedakteurInnen erwarten sich vom öffentlich-rechtlichen Sender mehr Initiative. So wurde zwar die Kritik am *ORF* in Hinblick auf mangelndes Engagement für Diversität vom Redakteur Zoran Dobrić als „billig“ empfunden, auch er ortete bei der Einstellung von Personen mit Migrationshintergrund aber Handlungsbedarf.⁶³³ Ein anderer Interviewpartner vermutete fehlenden Mut im *ORF* und forderte, Diversität im Personal weiter auszubauen.⁶³⁴ Der Zugang des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurde zwar nicht als ablehnend wahrgenommen, dennoch wurde eine wenig ausgereifte Haltung zum Thema Diversität geortet: „Also man hält das irgendwie für eine – vielleicht auch in gewisser Weise – politische Mode, hat aber wirklich kein Bewusstsein dafür, wie wichtig das halt auch eben nicht nur politisch, sondern auch gesellschaftlich einfach ist. Also dass das sehr wohl einfach auch der Professionalität in letzter Konsequenz widerspricht, wenn man auf diese gesellschaftlichen Veränderungen, demographischen Veränderungen nicht adäquat reagiert.“⁶³⁵ Innerhalb des *ORF* nahmen RedakteurInnen mit Migrationshintergrund auch gegenteilige Haltung zu Diversität wahr – zum Beispiel eine demonstrative Offenheit: Ein Redakteur mit koreanischen Wurzeln berichtete davon, von seinem Abteilungsleiter mit einem Kung-Fu-Tanz begrüßt worden zu sein. Dieser wollte seine Freude über den Kollegen ausdrücken. Die Bemühung besonders freundlich auf den Redakteur zu reagieren, wurde von diesem allerdings als verwunderlich wahrgenommen.⁶³⁶

Die Schilderungen der TV-JournalistInnen deuten darauf hin, dass die Fernsehsender ethnische Diversität im Personal nicht verhindern, einen solchen Zustand aber zumeist auch nicht fördern. Die befragten RedakteurInnen nehmen ihre Arbeitgeber vielfach als offen für Personen mit Migrationshintergrund wahr, selbst wenn sich diese Offenheit nicht im Anteil der RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln im Personal niederschlägt. In Sendern wie *ServusTV*, wo der Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund besonders hoch ist,

⁶³¹ Vgl. P. O, 76-78.

⁶³² Vgl. P. P, 92-93.

⁶³³ Vgl. Zoran Dobrić, 284-287.

⁶³⁴ Vgl. P. R, 317.

⁶³⁵ P. V, 99-105.

⁶³⁶ Vgl. P. W, 303-308.

waren sich die Befragten nicht einig, ob tatsächlich eine Strategie für mehr Diversität ausschlaggebend für diesen Zustand ist oder – wie eine Redakteurin vermutete – Personalmangel dahinter steht. Inwiefern sich die vermeintliche Offenheit in einer strategischen Ausrichtung niederschlägt, wird im folgenden Punkt *Strategien für Diversität* analysiert.

21.4.10 Strategien für Diversität

Kaum jemand unter den InterviewpartnerInnen erkannte hinter den Handlungen der TV-Sender hinsichtlich ethnischer Diversität eine Strategie. Die Wahrnehmung einer fehlenden Strategie fand sich bei den MitarbeiterInnen quer durch die TV-Sender. Ein *ORF*-Redakteur vermutete etwa, dass Diversität zwar unbewusst gelebt würde, es aber keine aktive Auseinandersetzung und keine strategische Richtung dazu im Sender gebe.⁶³⁷ Ähnlich sahen dies die KollegInnen: Unter anderem wurde hier erwähnt, dass der *ORF* – im Vergleich zu anderen öffentlich-rechtlichen Sendern – keine Integrationsbeauftragten hat. Statt einer richtigen Strategie beschäftige sich das Unternehmen in Hinblick auf ethnische Diversität eher mit Einzelprojekten.⁶³⁸

Ähnlich war die Wahrnehmung von zwei *ATV*-RedakteurInnen, die kein Bestreben Diversität zu fördern beziehungsweise keine Personalpolitik in diese Richtung erkennen konnten. Dennoch wurde der Privatsender als offen für Personen mit Migrationshintergrund bezeichnet.⁶³⁹

Das Unternehmen *Red Bull*, aus dem der Sender *ServusTV* stammt, wurde in den Interviews als international beschrieben, dennoch wurde bei dem Privatsender keine Strategie hinsichtlich der Integration von MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund wahrgenommen.⁶⁴⁰ Ein ähnliches Bild zeichneten die befragten *Puls4*-MitarbeiterInnen hinsichtlich der Personalpolitik, inhaltlich vermutete eine Redakteurin aber, dass der Sender mit Kampagnen wie jener mit dem Fußballer David Alaba durchaus Zeichen setzen würde.⁶⁴¹ Trotz der Annahme, dass die TV-Sender hinsichtlich Diversität keine Strategie verfolgen, verteidigten die RedakteurInnen zum Teil das Handeln ihrer Arbeitgeber. So gab etwa ein *ORF*-Redakteur an, dass es zwar keine bewusste Strategie gebe, der Sender dennoch genug

⁶³⁷ Vgl. P. W, 96-97.

⁶³⁸ Vgl. P. L, 143-145.

⁶³⁹ Vgl. P. A, 183-189.

⁶⁴⁰ Vgl. P. O, 105-110.

⁶⁴¹ Vgl. P. G, 171-176.

für Diversität tue.⁶⁴² Auch ein Redakteur von *ServusTV* hielt eine stärkere Initiative seines Arbeitgebers nicht für notwendig.⁶⁴³

Die Angaben der InterviewpartnerInnen folgten jenem Trend, der sich in der quantitativen Untersuchung abzeichnete: Hier gaben nur 28 Prozent der Befragten an, definitiv beziehungsweise eher eine Diversity-Strategie in ihren Sendern zu erkennen. Die bereits im vorgehenden Kapitel beschriebene „Offenheit“ der TV-Sender stellt nicht unbedingt einen Indikator für eine Diversity Strategie dar, da damit keine gezielten Initiativen einher gehen. Eine aktive Herangehensweise ist aber ein Charakteristikum von Diversity Management: „Diversitätsmanagement ist einer der jeweiligen organisationalen Zielerreichung dienender multidimensionaler Managementansatz, welcher gezielt Vielfalt von MitarbeiterInnen sowie für die Organisation relevanter Anspruchsgruppen (KundInnen, KooperationspartnerInnen etc.) wahrnimmt, fördert und nutzt.“⁶⁴⁴ Die pro-aktive Komponente spielt hierbei eine besondere Rolle – ein Aspekt, der von den befragten RedakteurInnen kaum wahrgenommen wurde.

21.4.11 Kampagnen für Diversität

In wenigen Fällen wird vonseiten der TV-Sender auch mit Diversität geworben. Mehrere *Puls4*-Redakteurinnen erwähnten diesbezüglich eine Kampagne mit dem Fußballer David Alaba.⁶⁴⁵ Auf Plakaten wurde für die Fußball-Championsleague auf *Puls4* geworben, auf den Sujets war der schwarze Fußballer mit Migrationshintergrund gemeinsam mit seiner Schwester Rose Alaba und der Siegerin des Formats *Austria`s next Topmodel* Lydia Obute zu sehen.⁶⁴⁶ Hinsichtlich möglicher Motive für diese Kampagne vermutete eine *Puls4*-Redakteurin, dass damit ausländische ZuseherInnen angesprochen werden sollten.⁶⁴⁷ Eine andere Interviewpartnerin gab an, dass sich die Kampagne wohl erst durch die Person David Alaba zur Diversitäts-Kampagne entwickelt hätte. Wäre ein anderer Fußballer als Testimonial für die Champions League-Übertragungen derartig prädestiniert wie David Alaba gewesen, hätte man wohl nicht auf das Thema Diversität gesetzt.⁶⁴⁸ Dennoch wurden von den RedakteurInnen positive Effekte für den Sender durch die Kampagne vermutet.⁶⁴⁹

⁶⁴² Vgl. P. K, 445-446, 576-577.

⁶⁴³ Vgl. P. X, 184-185.

⁶⁴⁴ Bendl, Diversität, S. 15.

⁶⁴⁵ Vgl. P. G, 171-173.

⁶⁴⁶ Puls4: David Alaba wird PULS 4-Testimonial. Im Internet: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120626_OTS0188/david-alaba-wird-puls-4-testimonial (zuletzt eingesehen am 25.11.2013).

⁶⁴⁷ Vgl. P. M, 187-192.

⁶⁴⁸ Vgl. P. T, 213-216.

⁶⁴⁹ Vgl. P. G, 199-200.

Ein *ORF*-Journalist berichtete davon, bereits selbst Teil einer Kampagne gewesen zu sein. Zu Beginn eines neuen Formats seien er und ein anderer Redakteur mit Migrationshintergrund als die Aushängeschilder der neuen Sendung positioniert worden. Der Interviewpartner nahm dies nicht als negative Erfahrung wahr – er betonte, dass es ruhig mehr Werbung für ihn geben könnte.⁶⁵⁰ Derartige Initiativen, mit denen Personen mit Migrationshintergrund in den Vordergrund gestellt werden, wurden auch hinterfragt, da JournalistInnen mit Migrationshintergrund hier als „Auslagemigranten“⁶⁵¹ eingesetzt würden.

Anhand der Angaben der InterviewpartnerInnen zeigte sich, dass Kampagnen, in denen die untersuchten Fernsehsender mit Diversität werben, eher die Ausnahme darstellen. Dieser Sachverhalt lässt sich wohl mit der fehlenden Diversity Management-Strategie der Sender begründen: Das Potenzial von Diversität wird hier selten erkannt und stellt damit naturgemäß auch nicht den Inhalt von Kampagnen dar. Die Bedenken eines Interviewpartners, wonach RedakteurInnen mit Migrationshintergrund als „Auslagemigranten“ dargestellt werden, verdeutlichen die Schwierigkeit, mit derartigen Kampagnen nicht Vorurteile zu reproduzieren.

21.4.12 Fehlende Sensibilisierung

In der Untersuchung sollte auch die inhaltliche Auseinandersetzung mit den Themenbereichen Integration, Migration und Diversität analysiert werden. Dazu wurden die InterviewpartnerInnen zum einen über mögliche Fortbildungen in diesen Bereichen befragt, zum anderen über Migration und Integration als Inhalte der Berichterstattung.

Den befragten RedakteurInnen der vier TV-Sender waren keine Workshops oder Fortbildungen zu den genannten Themenbereichen bekannt. Begründet wurde die fehlende Sensibilisierung in diese Richtung mit der fehlenden Auseinandersetzung mit dem Thema, mit Zeitmangel beziehungsweise einer bereits vorhandenen Sensibilisierung. Ein *ORF*-Redakteur sprach sich in diesem Zusammenhang gegen Workshops für Diversität aus. Er begründete dies damit, dass JournalistInnen ohnehin bei derartigen Themen genau hinschauen und die eigene Position hinterfragen müssten.⁶⁵² Eine Kollegin vermutete hingegen, dass im *ORF* derartige Kurse angeboten würden, konnte dies aber nicht mit Sicherheit sagen.

Erwähnt wurde in diesem Zusammenhang auch der Integrationspreis, der mehrere Jahre lang vom *ORF* vergeben wurde. Aus Sicht eines Redakteurs mit Migrationshintergrund wurde damit ein Bewusstsein für das Thema geschaffen. Der Preis wurde zuletzt im Jahr 2011

⁶⁵⁰ Vgl. P. S, 257-268.

⁶⁵¹ P. W, 320.

⁶⁵² P. W, 489-492.

verliehen, danach wurde die Initiative beendet. Der Journalist vermutete dahinter finanzielle Gründe: „Ganz genau habe ich keinen Einblick, aber es waren in erster Linie finanzielle Gründe, vielleicht auch aus anderen Gründen, auf die ich jetzt nicht genau eingehen, ist dieser Integrationspreis nicht mehr am Schirm zu sehen, was ich sehr schade finde.“⁶⁵³

Die fehlende inhaltliche Sensibilisierung ist Teil des Mangels einer umfassenden Diversity Management-Strategie. Eine solche Strategie würde neben der Personalpolitik auch die Ansprache von MigrantInnen als Zielgruppe und ein Augenmerk auf Integrationsthemen beinhalten. Diese Sensibilisierung für Interkulturalität könnte auch bereits früher – im Rahmen der Ausbildung – erfolgen: Röben sieht den Umgang mit unterschiedlichen Kulturen als „Schlüsselqualifikation“⁶⁵⁴ für einen zukunftsfähigen Journalismus und fordert derartige Kompetenzen in der JournalistInnenausbildung zu fördern.

21.4.13 Wirtschaftliche Probleme als Herausforderung

Finanzieller Druck wurde nicht nur in Zusammenhang mit dem Integrationspreis des *ORF* als Grund für fehlende Initiativen genannt. Der Sparkurs sei auch verantwortlich für die fehlende Initiative für mehr Diversität in den Redaktionen. Durch den wirtschaftlichen Druck müsse beim Personal eingespart werden, dadurch gebe es auch weniger Personal mit Migrationshintergrund – argumentierte der *ORF*-Redakteur Zoran Dobrić.⁶⁵⁵ Der Interviewpartner sah in diesem Zusammenhang die Politik gefordert, die Initiative zu ergreifen. In den Gesprächen wurde vermutet, dass durch die angespannte wirtschaftliche Situation das Thema Diversität wohl in den Hintergrund treten und schneller „ad acta“ gelegt werden würde. Ein *ATV*-Redakteur berichtete von der Einstellung einer Sendung – angesichts solcher Einsparungen würde Diversität in der Redaktion zu diesem Zeitpunkt nicht als vorrangiges Thema bewertet: „Wir haben momentan ein bisschen andere Probleme als wie *Wie genau ist jetzt das Verhältnis Migranten – Nicht-Migranten in der Redaktion* glaube ich.“⁶⁵⁶

Bemerkenswert scheint, dass bei derartigen ökonomischen Überlegungen eine größere ethnische Vielfalt nicht als Chance wahrgenommen wird. Fernsehsender, die mit immer mehr Konkurrenz zu kämpfen haben, ignorieren die Möglichkeit, eine große Personengruppe gezielt anzusprechen und der Werbewirtschaft die Gelegenheit zu bieten, damit Personen mit Migrationshintergrund zu erreichen. Wie im Kapitel *MigrantInnen als Zielgruppe der Medien*

⁶⁵³ P. S, 131-134.

⁶⁵⁴ Röben, Umgang, S. 268.

⁶⁵⁵ Vgl. Zoran Dobrić, 222-230.

⁶⁵⁶ P.D, 144-146.

bereits dargelegt wurde, setzen immer mehr Unternehmen auf sogenanntes Ethno-Marketing, um Personen mit Migrationshintergrund gezielter anzusprechen.

21.4.14 Rekrutierung von Personen mit Migrationshintergrund

Um die Aufnahmepraxis in den österreichischen Fernsehsendern besser beleuchten zu können, wurden die InterviewpartnerInnen zur Rekrutierung von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund befragt. Beim Privatsender *ATV* wurde von einem Interviewpartner generell keine systematische Auswahl von MitarbeiterInnen vermutet, dementsprechend gebe es auch keine systematische Aufnahme von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund.⁶⁵⁷ Ausländische Wurzeln seien kein Einstellungs- aber auch kein Ausschlussgrund, wurde hier angenommen. Von den meisten JournalistInnen wurde die Herkunft von Personen als irrelevant bei der Aufnahme in die TV-Sender betrachtet, ein Kriterium seien aber Deutschkenntnisse und bei SprecherInnen ein österreichischer Akzent. Ein deutscher Akzent stelle zwar keinen Ausschlussgrund für die Arbeit als RedakteurIn dar, zum Teil durften deutsche JournalistInnen ihre Beiträge aber nicht selbst vertonen.

In Zusammenhang mit der Rekrutierung von journalistischem Nachwuchs erwähnte eine *ATV*-Redakteurin, dass es des Öfteren PraktikantInnen mit Migrationshintergrund gebe, diese aber nicht im Sender geblieben wären.⁶⁵⁸ Der Grund dafür war für die Interviewpartnerin unklar. Eine *Puls4*-Redakteurin nahm generell keinen Einfluss der Herkunft in ihrem Sender an.⁶⁵⁹ Anders wird die Situation bei *ServusTV* dargestellt: Eine deutsche Redakteurin vermutete, gerade wegen ihrer Wurzeln angestellt worden zu sein: „Genau auch deshalb schätze ich einmal, bin ich genommen worden. Das war einer der unique selling points.“⁶⁶⁰ Bei *ServusTV* werde gezielt nach Personal aus jenen Regionen gesucht, die der Sender mit seinem Programm erreichen will. So berichteten InterviewpartnerInnen etwa, dass gezielt Personen aus Südtirol rekrutiert wurden, weil sie die italienische Sprache perfekt beherrschen und Südtirol-Themen mit ihrem Background besser behandeln könnten. In diesen Regionen würden auch gezielt Stellenanzeigen geschaltet.⁶⁶¹ Auch beim öffentlich-rechtlichen Sender *ORF* ist Diversität bei der Aufnahme neuer MitarbeiterInnen ein Thema. Zoran Dobrić, der selbst beim Auswahlverfahren Mitglied einer Jury war, erklärte, man hätte bei der Auswahl gezielt auf die Herkunft geachtet. Eine Frau mit Kopftuch sei etwa in den Prozess

⁶⁵⁷ Vgl. P. D, 269-271.

⁶⁵⁸ Vgl. P. N, 49-50, 167-168.

⁶⁵⁹ Vgl. P. T, 44-48.

⁶⁶⁰ P. I, 112-113.

⁶⁶¹ Vgl. P. I, 53-55.

aufgenommen worden: „Wir haben sie aufgenommen und zwar nicht deshalb, weil sie das Kopftuch hatte. Sondern weil sie wiff war, sie war neugierig, sie war super-cool und klug, gescheit, hat mehrere Sprachen gesprochen, spricht mehrere Sprachen. Und da haben wir uns gedacht, *Toll!* Da hat uns das Kopftuch nicht gestört und haben uns aber auch die Frage gestellt: *Wer soll sie anstellen, wenn nicht der ORF?*“⁶⁶² Im Unternehmen angestellt wurde die junge Frau letztendlich aber nicht.

Ein anderer *ORF*-Redakteur mit ausländischen Wurzeln vermutete vor allem Chancen für jüngere BewerberInnen mit Migrationshintergrund. Vor allem bei jungen Formaten würden RedakteurInnen mit Migrationshintergrund gut ankommen – hier werde auch gezielt nach diesen Personen gesucht.⁶⁶³

21.4.15 Interkulturelle Kompetenzen bei der Arbeit

Der Einsatz interkultureller Kompetenzen stellt einen weiteren Aspekt der Untersuchung dar. Dabei sollte festgemacht werden, ob die RedakteurInnen mit Migrationshintergrund migrationsspezifische Kenntnisse und interkulturelle Kompetenzen in ihre journalistische Arbeit miteinbringen können und auf welche Weise dies geschieht. Auch in diesem Zusammenhang war von Bedeutung, ob der Einsatz dieser Kenntnisse aus eigenem Antrieb stattfindet oder eine systematische – durch die Fernsehsender geleitete – Vorgehensweise dahinter steht.

Vonseiten der InterviewpartnerInnen wurden einige Teilbereiche genannt, in denen die Fähigkeiten zum Einsatz kommen. Sprachliche Kompetenzen werden vor allem für Übersetzungen und Synchronisationen eingesetzt. Wie sehr diese zum Einsatz kommen, hängt auch von der Qualität der Sprachkenntnisse ab und davon, wie häufig diese in der internationalen Medienberichterstattung erscheint: Eine Redakteurin mit iranischem Migrationshintergrund gab etwa an, dass ihre sprachlichen Fähigkeiten kaum gebraucht würden.⁶⁶⁴ Ein Redakteur mit kroatischen Wurzeln beklagte, dass die Sprachkenntnisse in der Muttersprache seines Vaters zu gering für derartige Aufgaben seien.⁶⁶⁵ Für Übersetzungen werden allerdings nicht unbedingt nur RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln herangezogen, vielmehr seien hier auch MitarbeiterInnen aus anderen Bereichen behilflich.⁶⁶⁶ Einzelne RedakteurInnen mit Migrationshintergrund berichteten davon, ihre sprachlichen

⁶⁶² Zoran Dobrić, 236-240.

⁶⁶³ Vgl. P. W, 107-111.

⁶⁶⁴ Vgl. P. G, 253-254.

⁶⁶⁵ Vgl. P. F, 218-219.

⁶⁶⁶ Vgl. P. N, 117-119.

Fähigkeiten in Interviews beziehungsweise beim Herstellen von Kontakten für Interviews zu nutzen. Eine *ORF*-Redakteurin stellte fest, dass im Sender vor allem Sprachen aus EU-Ländern beherrscht würden, Arabisch- oder Türkisch-Kenntnisse aber kaum vorhanden seien.⁶⁶⁷

Neben der sprachlichen Komponente wird in den Redaktionen zum Teil auch auf das Hintergrundwissen der RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln zurückgegriffen: Vor allem bei aktuellen politischen Ereignissen im Heimatland werden diese um Rat gefragt. Ein *Puls4*-Mitarbeiter wollte dadurch mehr Objektivität und Insider-Wissen in der Berichterstattung des eigenen Senders erkennen können. Aus der Sicht des Redakteurs könnte dieser Zusatznutzen allerdings noch besser beworben werden.⁶⁶⁸ Ob die Herkunft auch eine „andere“ Sichtweise auf Themen mit sich bringt, wurde in den Interviews kontrovers diskutiert. Ein *ORF*-Redakteur bestätigte, dass die Herkunft seiner Eltern – neben anderen Faktoren – seine Sicht beeinflussen würde.⁶⁶⁹ Andere RedakteurInnen stellten infrage, dass ausländische Wurzeln automatisch einen anderen Blickwinkel bedeuten würden. JournalistInnen mit Migrationshintergrund könnten diesen anderen allerdings Blick kennen – wenn auch nicht immer aus eigener Erfahrung. Auch in der wissenschaftlichen Debatte wird ein solcher Zusammenhang nicht eindeutig belegt. In der Studie von Nishikawa (et al.) waren JournalistInnen, die sich als AnwältInnen ihrer Community sahen, und solche, die versuchten im Beruf einen „professionellen“ Blick walten zu lassen und die eigenen Wurzeln dabei so weit wie möglich ignorierten. Demnach könnte sich die Teilhabe von JournalistInnen erst dann auf die Berichterstattung auswirken, wenn eine gewisse Anzahl von RedakteurInnen in den Redaktionen tätig ist, die sich nicht an das gängige journalistische Selbstverständnis, das durch Angehörige der Mehrheitsgesellschaft geprägt wurde, anpassen.⁶⁷⁰

In den österreichischen TV-Sendern erscheint der Einsatz migrationsspezifischer Kenntnisse bisher unsystematisch. Anhand der Angaben der InterviewpartnerInnen entsteht der Eindruck, die Fähigkeiten von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund würden eher zufällig erkannt und angewendet. Nur in seltenen Fällen werden die Sprachkenntnisse für Interviews genutzt werden. Der Zugang zu Informationen, die den Heimatkontext von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund betreffen, erfolgt ebenso informell. Nur in wenigen Fällen wurde erwähnt, dass RedakteurInnen aufgrund ihres Hintergrundwissens gezielt für bestimmte Themen eingesetzt werden. Ein Grund für dieses Vorgehen liegt bei den JournalistInnen

⁶⁶⁷ Vgl. P. L, 283-291.

⁶⁶⁸ Vgl. P. U, 131-140.

⁶⁶⁹ Vgl. P. W, 638-639.

⁶⁷⁰ Vgl. Nishikawa, Interviewers.

selbst, die nicht auf ein Thema reduziert werden wollen. Insgesamt dürften in den Redaktionen österreichischer TV-Sender einige Kompetenzen ungenützt bleiben beziehungsweise gar nicht erst als solche erkannt werden.

21.4.16 Vorteile von Diversität in den Redaktionen

Obwohl die ausländischen Wurzeln in jedem zweiten Statement als irrelevant für den Beruf bezeichnet wurden, schreiben die TV-RedakteurInnen Diversität in den Redaktionen zum Teil große Effekte zu. So vermuteten die Befragten nicht nur positive Auswirkungen in der Redaktion, sondern auch auf einer gesamtgesellschaftlichen Ebene.

Zum einen wurden Vorteile für die Berichterstattung vermutet, indem durch ethnische Diversität im Medienpersonal Einblicke in verschiedene Lebenswelten gegeben werden könnten und dadurch Themen vielfältiger gestaltet würden. Ein breiteres Hintergrundwissen würde in weiterer Folge auch einen Mehrwert für die RezipientInnen bringen.⁶⁷¹ Zum anderen würde Diversität – aus der Sicht eines *ServusTV*-Mitarbeiters – der Redaktion selbst nützen, indem spannende Debatten angeregt und neue Themen diskutiert würden.⁶⁷² Die TV-Sender würden zudem durch das Sprachenwissen der MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund profitieren.

Auch ein gesamtgesellschaftlicher Nutzen wurde in den Interviews vermutet: Durch mehr ethnische Diversität in der Redaktion könnte Meinungsvielfalt unterstützt und Alltagsrassismus bekämpft werden. Ein *ATV*-Journalist vermutete, dass Ängste vor Personen mit Migrationshintergrund in der Bevölkerung abgebaut werden könnten, wenn die ZuseherInnen durch das Fernsehen schon an eine Vielfalt an Herkunftsn gewöhnt seien.⁶⁷³ Ähnliche Befunde finden sich auch im wissenschaftlichen Diskurs. Eine deutsche Expertengruppe – bestehend aus RedakteurInnen, ModeratorInnen, Verantwortlichen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, PolitikerInnen und MedienakteurInnen der Zivilgesellschaft – erhoffte sich durch eine verstärkte ethnische Diversität in den Redaktionen weitreichende Effekte: „So vertrauen alle Experten darauf, dass mit einer ansteigenden Zahl an Mitarbeitern aus Einwandererfamilien in Zukunft eine gewisse Selbstverständlichkeit in der Wahrnehmung öffentlich-rechtlicher Fernsehzuschauer eintritt und sich damit bestenfalls

⁶⁷¹ Vgl. P. S, 294-300.

⁶⁷² Vgl. P. Q, 152-157.

⁶⁷³ Vgl. P. E, 193-200.

auch eine vermeintlich vorurteilsgeprägte Einstellung gegenüber Zuwanderern bei der Mehrheitsbevölkerung ändert.“⁶⁷⁴

Bemerkenswert an den Angaben der TV-JournalistInnen ist, dass dem interkulturellen Background in der journalistischen Arbeit der österreichischen Sender keine Bedeutung zugeschrieben wird, die Befragten aber dennoch davon ausgehen, dass sich Diversität in der Berichterstattung positiv niederschlägt. Jener autochthone Redakteur, der sich durch mehr ethnische Diversität in den Redaktionen mehr Einblicke in verschiedene Lebenswelten versprach, bezeichnete den Migrationshintergrund an anderer Stelle als irrelevant.⁶⁷⁵ Damit stellt sich letztlich die Frage, ob in einem Umfeld, in dem die interkulturellen Kompetenzen größtenteils ignoriert werden, positive Effekte – in einem Ausmaß, wie es von den befragten JournalistInnen erwartet wird – generiert werden können. Viel mehr ist davon auszugehen, dass gesamtgesellschaftliche Folgen lediglich bei einer großen Masse an JournalistInnen eintreten, die tatsächlich gezielt ihr Wissen und die Kompetenzen durch ihren Background einsetzen und dies von den Medienunternehmen auch als gewünscht betrachtet wird.

21.4.17 Rolle des Migrationshintergrundes in der Biographie

Die Bedeutung der eigenen Wurzeln für die journalistische Arbeit stellte einen weiteren Aspekt der Interviews dar. Dabei sollte auch der Zusammenhang zwischen der Identifikation mit dem Herkunftskontext und dem Einsatz interkultureller Kompetenzen festgemacht werden. In den Interviews mit den TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund zeigte sich ein zum Teil sehr ambivalentes Verhältnis zum Begriff der „Heimat“: Mehrere Befragte gaben an, sich weder in Österreich noch in ihrem Herkunftsland heimisch zu fühlen. In Österreich werde man noch immer als „AusländerIn“ gesehen, aber auch das Land, aus dem man stammte, sei keine Heimat.⁶⁷⁶

Der Umgang mit den eigenen Wurzeln gestaltet sich unter den RedakteurInnen sehr unterschiedlich: Während ein *ATV*-Redakteur betonte, sein Migrationshintergrund hätte sich nie auf seine Interessenslage ausgewirkt,⁶⁷⁷ pflegt ein befragter *ORF*-Journalist Beziehungen zur Community des Landes, aus dem sein Vater stammt, und bekam dadurch Kontakte vermittelt.⁶⁷⁸ Derselbe Redakteur, von dem ein Elternteil im Ausland geboren ist, berichtete

⁶⁷⁴ Wolf, Integration, S. 250.

⁶⁷⁵ Vgl. P. D, 86-89, 170.

⁶⁷⁶ Vgl. P. H, 209-215, vgl. P. G, 480-481.

⁶⁷⁷ Vgl. P. F, 83-85.

⁶⁷⁸ Vgl. P. S, 425-429.

auch von den negativen Aspekten seiner Wurzeln. Er sei mit Schubladen-Denken konfrontiert gewesen - der Weg sei dadurch nicht immer einfach gewesen.⁶⁷⁹ Für den *ORF*-Redakteur Zoran Dobrić waren die Aussagen von InterviewpartnerInnen unangenehm, die ihn darauf hinwiesen, wie gut sein Deutsch doch sei. Verletzt habe er sich durch derartige Kommentare aber nicht gefühlt.⁶⁸⁰ Eine *Puls4*-Redakteurin schilderte die Erfahrung, bei Interviews auf der Straße aufgrund ihres Migrationshintergrundes von PassantInnen angefeindet worden zu sein. Die Interviewpartnerin meinte aber, darüber lachen zu können.⁶⁸¹ Bemerkenswert ist der Umgang der deutschen JournalistInnen mit ihrer Herkunft. In den Interviews wurde deutlich, dass ein deutscher Background nicht selbstverständlich als Migrationshintergrund gewertet wird. Sowohl bei einzelnen deutschen als auch österreichischen InterviewpartnerInnen gab es eine gewisse Unsicherheit bezüglich der Bewertung von Deutschen als „Personen mit Migrationshintergrund“. Eine Redakteurin, die in Bayern lebt und in Salzburg arbeitet, beschrieb sich als Deutsche; als Person mit Migrationshintergrund würde sich die Interviewpartnerin laut eigener Angabe nur im Scherz bezeichnen.⁶⁸²

Der Bezug zu den eigenen Wurzeln äußerte sich auch in der beruflichen Praxis der Befragten: So griffen jene InterviewpartnerInnen, die keinen Bezug zu ihrem Herkunftskontext hatten, kaum auf interkulturelle Kompetenzen zurück. Jene *Puls4*-Redakteurin, die weder ihr Herkunftsland noch Österreich als Heimat empfand, hatte ihre Sprachkenntnisse in der Arbeit noch nie eingesetzt,⁶⁸³ ein *ATV*-Redakteur, der wenige Auswirkungen aufgrund Wurzeln sah, war wegen mangelnder Perfektion nicht in der Lage die Sprachkompetenzen einzusetzen.⁶⁸⁴ Jene Befragten, die sich stark mit den ausländischen Wurzeln identifizierten, hatten auch Kontakt zur Community des Heimatlandes und konnten diese Beziehungen zum Teil auch für die Arbeit als JournalistInnen einsetzen.

Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass die Bewertung der eigenen Wurzeln in Zusammenhang mit der beruflichen Praxis steht: Tendenziell kann davon ausgegangen werden, je mehr Bedeutung der Migrationshintergrund für die eigene Biographie hat, desto eher werden auch die interkulturellen Kompetenzen eingesetzt. RedakteurInnen, die keinen Bezug zu ihrem Herkunftskontext hatten beziehungsweise haben, beherrschen womöglich die Sprache weniger gut und haben kaum Kontakte zur Community des Herkunftslandes.

⁶⁷⁹ Vgl. P. S, 420-423.

⁶⁸⁰ Vgl. Zoran Dobrić, 162-173.

⁶⁸¹ Vgl. P. G, 362-369.

⁶⁸² Vgl. P. I, 249-250.

⁶⁸³ Vgl. P. G, 253-254.

⁶⁸⁴ Vgl. P. F, 218-219.

Dadurch sind bestimmte interkulturelle Kompetenzen nicht vorhanden oder können nicht eingesetzt werden.

21.4.18 Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund

Bei der Frage nach Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund äußerten die meisten RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln, selbst keine Hindernisse erlebt zu haben. Von einer Redakteurin, deren Mutter aus dem Ausland kam, hieß es, sie könne sich gar keine möglichen Nachteile für JournalistInnen mit Migrationshintergrund vorstellen.⁶⁸⁵

Bemerkenswert daran ist, dass mehrere TV-JournalistInnen, die angaben nicht mit Hindernissen konfrontiert gewesen zu sein, an anderer Stelle von Erfahrungen berichteten, die als Barrieren gedeutet werden könnten. Jene Redakteurin, deren Aussehen zu einer Diskussion im TV-Sender führte, weil sich ZuseherInnen möglicherweise an ihrem Typ satt sehen könnten, gab in Zusammenhang mit möglichen Barrieren für RedakteurInnen mit Migrationshintergrund an: „Jeder schaut nur deine Arbeit an und du wirst weder von deinem Aussehen noch von deiner Religion oder aufgrund von der Art wie du dich anziehst (beurteilt, Anm.), ja, überhaupt nicht.“⁶⁸⁶

Ein deutscher Redakteur, der keine Hindernisse in seiner Karriere wahrgenommen hatte, berichtete an anderer Stelle im Interview davon, bei einem früheren Arbeitgeber darauf hingewiesen worden zu sein, als Deutscher keine Sprecherberechtigung zu bekommen.⁶⁸⁷ Ein *Puls4*-Redakteur mit ausländischen Wurzeln sprach von allgemeinen Nachteilen, die man als Migrant erlebte, die aber nicht nur auf die Branche bezogen seien – Barrieren habe er selbst aber nicht erlebt.⁶⁸⁸

Diese Angaben zeigen, dass RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln mit Schwierigkeiten konfrontiert waren, diese aber offensichtlich nicht als Barrieren wahrnahmen oder sich nicht eingestehen wollten, an derartige Hindernisse gestoßen zu sein. Eine ähnliche Tendenz zeigte sich in weiterer Folge auch in Hinblick auf Diskriminierung, wo viele InterviewpartnerInnen angaben, sich Diskriminierung im Journalismus vorstellen zu können, selbst aber nicht davon betroffen seien. Dieses Phänomen wurde auch in der Forschung zu Frauen im Journalismus festgemacht. Journalistinnen sehen sich in Studien selten als Opfer von Diskriminierung, selbst wenn sie Frauen im Journalismus nicht gleichbehandelt mit Männern wahrnehmen.⁶⁸⁹ In der Studie von Koch wurden mehrere mögliche Gründe für dieses Verhalten genannt: Etwa

⁶⁸⁵ Vgl. P. T, 336-338.

⁶⁸⁶ Vgl. P. G, 261-262.

⁶⁸⁷ Vgl. P. Q, 205-207.

⁶⁸⁸ Vgl. P. H, 140-141, 176-181.

⁶⁸⁹ Vgl. Klaus, Geschlechterforschung, S. 186.

die Angst nicht zur Gruppe zu gehören oder auch, sich – gerade im Beruf des/der JournalistIn, in dem stets Stärke gefordert ist – nicht mit der Opferrolle identifizieren zu wollen.⁶⁹⁰ Bemerkenswert ist dieser Befund in Zusammenhang mit dem Leistungsverständnis der befragten RedakteurInnen mit Migrationshintergrund: So wurde mehrfach angemerkt, dass MigrantInnen im Journalismus mehr leisten müssten, dies aber nicht als Barriere oder Diskriminierung bezeichnet. Eine *Puls4*-Redakteurin, die selbst zugewandert war, beschrieb die Situation für MigrantInnen in Österreich aus ihrer Sicht so: „Automatisch muss man immer doppelt so gut sein, damit wir [...] so gut wie die [...] (Österreicher, Anm.) waren.“⁶⁹¹ MigrantInnen seien demnach daran gewöhnt, mehr leisten zu müssen als Autochthone. Der *ORF*-Redakteur mit Migrationshintergrund Zoran Dobrić antwortete auf die Frage, ob er selbst Diskriminierung erlebt hätte: „Also ich persönlich finde mich hier nicht diskriminiert. Ich habe auf jeden Fall aber etwas mehr tun müssen als die anderen.“⁶⁹² Dieses Mehr an Leistung habe er aber nicht negativ empfunden. Das beschriebene Phänomen sich selbst – unter anderem aus dem Berufsbild heraus – nicht als Opfer sehen zu wollen, verstärkt hier sich hier insofern, als dass es im Bewusstsein vieler MigrantInnen – und vermutlich auch Teilen der Aufnahmegesellschaft – Normalität darstellt, dass Zugewanderte mehr leisten müssen als die autochthone Bevölkerung. Dementsprechend stellt man selbst kein Opfer dar, sondern leistet doppelt so viel wie andere und schafft es dadurch aus eigener Kraft in die angestrebten Positionen zu gelangen – mit Diskriminierung oder Barrieren wird dies nicht in Verbindung gebracht.

Unter den JournalistInnen waren einzelne Personen, die generell keine Barrieren für (angehende) RedakteurInnen mit Migrationshintergrund wahrnahmen. Unter anderem wurde in den Interviews argumentiert, dass andere Hindernisse weit größer seien als der Migrationshintergrund – genannt wurde hier eine unsichere Jobsituation im Journalismus oder fehlende finanzielle Mittel beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Klar dürfte in diesem Zusammenhang sein, dass eine unsichere Jobsituation die Lage für MigrantInnen im Beruf sicherlich nicht begünstigt. Im Gegenteil: Gerade der wirtschaftliche Druck dürfte ethnische Diversität als Handlungsfeld in den Hintergrund rücken lassen. Zoran Dobrić erwähnte in diesem Zusammenhang die schwierigere Ausgangssituation für die Förderung von MigrantInnen.⁶⁹³

⁶⁹⁰ Vgl. Koch, Julia: Frauen im Journalismus – Ursache und Wirkung der geschlechtsbedingten ungleichen Machtverteilung in den Medien. Bremen 2002 (= Diplomarbeit) S. 27 f.

⁶⁹¹ P. G, 582-583.

⁶⁹² Zoran Dobrić, 679-680.

⁶⁹³ Vgl. Zoran Dobrić, 578-580.

Als Barriere wurde von den InterviewpartnerInnen sehr oft die Sprache genannt. Aber nicht nur die sprachliche Perfektion stelle eine Herausforderung für RedakteurInnen mit Migrationshintergrund dar, auch Akzente würden als Problem gesehen, wie das bereits erwähnte Beispiel in Zusammenhang mit einer Sprecherberechtigung zeigt. Berichtet wurde von einem Fall, in dem der Akzent eines Kollegen ein Problem darstellte.⁶⁹⁴ Als ein weiterer Grund für eine geringe ethnische Diversität unter JournalistInnen wurde das geringe Zutrauen von MigrantInnen angenommen, das sich etwa in einer Angst vor Bewerbungen äußere. Eine *Puls4*-Redakteurin mit Migrationshintergrund vermutete, die ausländischen Wurzeln würden auch als Ausrede eingesetzt, um sich nicht bewerben zu müssen. Nach dem Motto, man würde aufgrund seiner Herkunft ohnehin nicht genommen.⁶⁹⁵ Außerdem wurde von einem Redakteur ein geringes Interesse von Personen mit Migrationshintergrund angenommen. Bei seinem früheren Arbeitgeber habe er kaum Bewerbungen von MigrantInnen gesehen.⁶⁹⁶

Barrieren würden aber auch durch das Handeln der TV-Seiten entstehen: Einzelne InterviewpartnerInnen vermuteten wenig Akzeptanz für ethnische Diversität. So wäre bisher in TV-Stationen nur ein bestimmtes ÖsterreicherInnen-Bild vermittelt worden, was sich in der Personalpolitik widerspiegelte – die Akzeptanz für ein differenziertes Bild müsse erst wachsen.⁶⁹⁷ Ein ausländischer Name wurde in den Interviews als weitere mögliche Barriere genannt. Unter den Befragten mit Migrationshintergrund berichtete aber niemand von einem Hindernis aufgrund des Namens – lediglich mit der Schreibung hatte es bei einem Redakteur, dessen Vater aus dem Ausland stammt, Probleme gegeben.⁶⁹⁸

Strukturelle Barrieren waren ein weiterer Aspekt, der von den InterviewpartnerInnen angesprochen wurde. Die TV-JournalistInnen vermuteten im Bildungsstand ein Hindernis für MigrantInnen. Eine *ORF*-Redakteurin ortete einen Startvorteil für Personen aus bildungsnahen Schichten.⁶⁹⁹ Zoran Dobrić nahm in fehlendem Wissen über politische und kulturelle Zusammenhänge in Österreich eine weitere Barriere an.⁷⁰⁰ Ebenso wurde das Berufsbild im Journalismus von einem autochthonen Journalisten als Hindernis gedeutet. Der Interviewpartner ortete ein elitäres Selbstbild, das nicht nur für Personen mit Migrationshintergrund, sondern auch für Menschen aus niedrigeren sozialen Schichten eine

⁶⁹⁴ Vgl. P. W, 205-210.

Die Bedeutung der Sprache wird unter dem Punkt 21.4.19 *Sprache* ausführlicher diskutiert.

⁶⁹⁵ Vgl. P. M, 165-169.

⁶⁹⁶ Vgl. P. X, 134-137.

⁶⁹⁷ Vgl. P. B, 131-139.

⁶⁹⁸ Vgl. P. S, 206-207.

⁶⁹⁹ Vgl. P. L, 64-70.

⁷⁰⁰ Vgl. Zoran Dobrić, 775-778.

Schwierigkeit darstellen würde.⁷⁰¹ Ein Mangel an Netzwerken stelle eine weitere, zusätzliche Hürde dar. Eine deutsche Redakteurin erwähnte in diesem Zusammenhang Vorteile für ÖsterreicherInnen, die über Kontakte und Wissen verfügen würden.⁷⁰² Bemerkenswert ist dieser Aspekt in Zusammenhang mit der Frage nach dem eigenen Weg in den Journalismus. Hier wurden nur in den seltensten Fällen Kontakte genannt, die zum Einstieg in den Beruf verholfen hatten. Als weitere Barriere wurden Vorurteile genannt: Medienhäuser würden bei MigrantInnen von vornherein eine Sprachbarriere vermuten, wenn diese nicht gegeben sei, würde man zumindest von der Mehrheit abweichende Einstellungen annehmen.⁷⁰³

Zum Teil widersprachen einander die TV-RedakteurInnen in ihren Angaben: So gab ein autochthoner Redakteur an, JournalistInnen mit Migrationshintergrund seien bei ihrer Arbeit keinen Anfeindungen der Bevölkerung ausgesetzt. Sobald sie ein Mikrophon in der Hand hätten, würde die Herkunft keine Rolle spielen, die Personen nur noch als RedakteurInnen wahrgenommen werden.⁷⁰⁴ Eine Redakteurin mit Migrationshintergrund aus demselben Medienhaus vermittelte hier ein anderes Bild: Demnach sei sie mehrfach auf der Straße bei ihrer Arbeit mit Beschimpfungen konfrontiert gewesen.⁷⁰⁵

Werden die Angaben der JournalistInnen mit Migrationshintergrund mit jenen der autochthonen RedakteurInnen verglichen, zeigen sich ähnliche Einschätzungen der Situation: Sowohl unter den InterviewpartnerInnen mit Migrationshintergrund als auch bei den autochthonen TV-JournalistInnen wurde die Sprache mehrfach als Barriere für (angehende) RedakteurInnen mit Migrationshintergrund genannt. Auch die Sprecherausbildung wurde von beiden Seiten als Hürde wahrgenommen. Ebenso findet sich das Problem fehlender Akzeptanz für Diversität in den Aussagen von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund als auch in jenen der TV-JournalistInnen mit österreichischen Wurzeln. Interessant ist wie die Motivation beziehungsweise das Interesse von Personen mit Migrationshintergrund für den Journalismus-Beruf bewertet wird: Mehrfach – überwiegend von autochthonen RedakteurInnen – wurde die Vermutung angestellt, dass MigrantInnen kein Interesse an diesem Job hätten. Eine Redakteurin mit iranischen Wurzeln ortete bei den Personen mit Migrationshintergrund Angst davor, sich zu bewerben.⁷⁰⁶ Ein Redakteur mit Migrationshintergrund vermutete den Grund für eine fehlende Motivation nicht bei den

⁷⁰¹ Vgl. P. V, 209-213.

⁷⁰² Vgl. P. O, 154-156.

⁷⁰³ Vgl. P. L, 308-313.

⁷⁰⁴ Vgl. P. U, 243-249.

⁷⁰⁵ Vgl. P. G, 362-366.

⁷⁰⁶ Vgl. P. G, 782-783.

MigrantInnen, sondern in der Gesellschaft, da hier kein Interesse für die Meinungen von MigrantInnen bestehen würde.⁷⁰⁷

21.4.19 Sprache

Da die Sprache in den Interviews mit den TV-JournalistInnen einen zentralen Aspekt darstellte, werden der Umgang damit und mögliche einhergehende Barrieren hier noch ausführlicher beschrieben. Wie bereits unter dem Aspekt der Barrieren behandelt, vermuteten einige InterviewpartnerInnen in der Sprache ein mögliches Hindernis für Personen mit Migrationshintergrund beim Einstieg in den Journalismus. Eine Redakteurin mit iranischen Wurzeln gab an, dass die Sprache zumindest eine Herausforderung darstellen würde. Ihr selbst seien vor der Kamera bereits Fallfehler passiert, woraufhin sie von einer Redakteurin korrigiert wurde. Die Journalistin wünschte sich im Interview mehr Offenheit für verschiedene Akzente und weniger Fokus auf sprachliche Fehler: „Im Grunde genommen, ich bin ja da, dass ich über die Mode erzähle, (...) nicht um den Leuten Deutsch beizubringen. Ich erzähle über die Mode, das heißt, die Mode ist ‘ne internationale Branche. Wenn ich jetzt sage, *Ok, der Kleid*, Beispiel, mein Gott, das verleiht doch dem Ganzen Persönlichkeit.“⁷⁰⁸

Dass die Sprache eine Herausforderung darstellen könne, bestätigte auch eine Journalistin mit Wurzeln in der Ukraine. Vor allem bei einer späten Ankunft im Land werde das Erlernen der Sprache schwierig. Sich selbst bezeichnete die Redakteurin eher als die Ausnahme: Mit neun Jahren zugewandert, hatte die junge Frau die Sprache schließlich so gut erlernt, dass ihre Lehrer vorschlugen sie solle Schriftstellerin werden. Aus pragmatischen Gründen sei sie schließlich Journalistin geworden.⁷⁰⁹

Ein Redakteur, der ursprünglich aus dem Iran stammt, bezeichnete den Einstieg in den Journalismus für MigrantInnen als schwierig, vor allem wenn keine Sprachperfektion gegeben sei.⁷¹⁰ Dieses Argument wollte der ORF-Redakteur Zoran Dobrić nicht gelten lassen. Die Sprache sollte zwar einigermaßen beherrscht werden, Sprachperfektion sei aber nicht das entscheidende Kriterium. Er bezeichnete sich selbst als Beispiel dafür, dass man trotz einzelner Mängel in der Sprache die Arbeit als Journalist erfolgreich ausüben könnte.⁷¹¹

Die Angaben der JournalistInnen lassen auf einen ambivalenten Umgang mit dem Thema Sprache in den TV-Redaktionen schließen. Die Sprachperfektion wird von einigen

⁷⁰⁷ Vgl. P. S, 280-284.

⁷⁰⁸ P. G, 625-628.

⁷⁰⁹ Vgl. P. M, 318-322.

⁷¹⁰ Vgl. P. H, 159-161.

⁷¹¹ Vgl. Zoran Dobrić, 770-774.

RedakteurInnen als Ausschlusskriterium für die Aufnahme im TV-Sender gesehen, dennoch gibt es einzelne Beispiele, für die das nicht zu gelten scheint: RedakteurInnen, die trotz einzelner Mängel in der Sprache im Fernsehsender arbeiten. Hierbei muss erwähnt werden, dass diese zum Medium kamen, als es noch keine Assessment Center oder ähnliche Aufnahmeverfahren gab, und jene Redakteurin, die von Grammatikfehlern vor der Kamera berichtete, entsprechend korrigiert wurde. Angesichts der Berichte der RedakteurInnen zum Umgang mit Akzenten kann davon ausgegangen werden, dass die Sprache vor allem dann eine starke Bedeutung bekommt, wenn es darum geht vor der Kamera zu stehen beziehungsweise selbst Beiträge zu vertonen. Hier kann bereits ein deutscher Akzent zum Problem und Ausschlussgrund werden.

21.4.20 Diskriminierung

Da in der quantitativen Studie ein auffallend hoher Anteil der Befragten angab, sich bereits im Beruf diskriminiert gefühlt zu haben, wurde dieser Aspekt auch in den Interviews mit den TV-RedakteurInnen aufgegriffen. Bemerkenswerterweise konnten sich viele InterviewpartnerInnen den hohen Prozentsatz von 42,4 Prozent der Befragten, die im Beruf Diskriminierung erlebt haben, nicht erklären. Die wenigsten InterviewpartnerInnen bezeichneten sich selbst als Opfer von Diskriminierung – ein Phänomen, das bereits in Zusammenhang mit Barrieren für RedakteurInnen mit Migrationshintergrund angeführt wurde. Viele RedakteurInnen sehen Diskriminierung als generelles Problem, konkrete Situationen in den TV-Sendern und vor allem eine eigene Betroffenheit wurden kaum geschildert, obwohl im Laufe der Gespräche mehrfach von Situationen gesprochen wurde – beziehungsweise diese auch in Zusammenhang mit Barrieren erwähnt wurden – die durchaus als diskriminierend gewertet werden könnten. Der *ORF*-Redakteur Zoran Dobrić erwähnte etwa, selbst keine Diskriminierung erlebt, aber mehr Leistung als andere Personen erbracht zu haben.⁷¹² Eine Journalistin mit Migrationshintergrund ortete im TV-Sender keine Diskriminierung, aber eine Bevorzugung von anderen KollegInnen mit guten Kontakten. Ein Redakteur mit iranischen Wurzeln fühlte sich in seiner Meinungsäußerungsfreiheit in der Redaktion eingeschränkt. Der Journalist vermutete, dass sich RedaktionschefInnen von ihren MitarbeiterInnen erwarteten, derselben Meinung wie sie selbst zu sein. Auch er äußerte seine Meinung nicht, wenn sie nicht jener der Redaktion entsprach: „Ich find schon, dass man,

⁷¹² Vgl. Zoran Dobrić, 679-680.

wenn man nicht so wie die Redaktion denkt, das auch nicht aussprechen sollte.“⁷¹³ Ein anderer Redakteur hatte zwar keine Diskriminierung am eigenen Leib erfahren, allerdings war ihm ein Fall von möglicher Diskriminierung bekannt: Ein deutscher Kollege durfte seine Beiträge nicht selbst sprechen. Für den Interviewpartner war aber unklar, ob dies schon als Diskriminierung gewertet werden könnte.⁷¹⁴

Diskriminierende Äußerungen wurden von zwei Redakteuren wahrgenommen. Einer der Redakteure berichtete von Aussagen, die hinter dem Rücken der betroffenen Personen gefallen waren und von ihm wie folgt beschrieben wurden: „*Ja, na, die, eh klar, das ist unsere Quotenschwarze und das ist die, die hat's ja leichter, weil die hat ja Migrationshintergrund.* Auch schon gehört.“⁷¹⁵ Eine direkte Diskriminierung in Anwesenheit der RedakteurInnen hatte keiner der beiden Journalisten wahrgenommen. Einer der Redakteure vermutete sogar eine größere Vorsicht unter den TV-MitarbeiterInnen, wenn es um MigrantInnen ging, die Diskriminierung von Kolleginnen habe er dagegen bereits erlebt.⁷¹⁶ Auch eine deutsche Redakteurin vermutete eine Diskriminierung von Frauen im Journalismus. In Deutschland äußere sich das etwa darin, dass kaum Frauen in den Führungsetagen der Medienhäuser vertreten seien.⁷¹⁷ Eine *ATV*-Redakteurin äußerte den Eindruck, dass Frauen im Job anders behandelt würden als Männer – sie müssten in jedem Fall „tougher“ sein.⁷¹⁸ Eine andere Redakteurin sprach von mehreren Kolleginnen, die sich ungleich den männlichen Kollegen behandelt fühlten. Das äußere sich mitunter in den Aufstiegsmöglichkeiten: „Attraktive Jobs gut und schön, aber dann gibt's auch eben noch die Hierarchie und das ist dann glaube ich die Frage, wo es dann eben wurscht [ist, Anm.]sozusagen zu welcher Gruppe du gehörst, die nicht dem männlichen Mainstream angehört.“⁷¹⁹ Ein männlicher Redakteur vermutete, dass Diskriminierung oft als Grund vorgeschoben würde, die Probleme aber woanders liegen würden. Ihm selbst wurde von einer Kollegin die Diskriminierung von Frauen vorgeworfen, andere Redakteurinnen im Sender hätten dies nicht so wahrgenommen.⁷²⁰ Auch der Einfluss der Politik beziehungsweise die politische Meinung als möglicher Diskriminierungsgrund wurden in den Interviews diskutiert. Ein autochthoner Redakteur ortete großen Einfluss durch die Parteizugehörigkeit. Auch Einschränkungen in der Themenauswahl wurden vermutet.⁷²¹

⁷¹³ P. H, 237-238.

⁷¹⁴ Vgl. P. E, 228-232.

⁷¹⁵ P. V, 313-315.

⁷¹⁶ Vgl. P. V, 297-300.

⁷¹⁷ Vgl. P. O, 33-37.

⁷¹⁸ Vgl. P. C, 189-192.

⁷¹⁹ P. L, 463-466.

⁷²⁰ Vgl. P. A, 371-379.

⁷²¹ Vgl. P. P, 279-283.

Ein Redakteur mit deutschen Wurzeln wollte dagegen noch keinen Beleg dafür entdeckt haben, dass Parteibuch oder Parteimitgliedschaft tatsächlich im Journalismus schaden oder nützen könnten.⁷²²

Nicht alle InterviewpartnerInnen wollten das hohe Ausmaß an erlebter Diskriminierung, das in der quantitativen Studie ermittelt wurde, so stehen lassen. Einige nahmen an, dass sich dahinter andere Motive verbergen würden: Genannt wurde etwa „schlechter Humor“⁷²³, der als Diskriminierung aufgefasst werden könnte. Auch Arbeitsgefechte und Eitelkeiten könnten als Diskriminierung interpretiert werden. Der Redakteur Zoran Dobrić ortete Neid und Ego unter den JournalistInnen, aber nicht mit System.⁷²⁴ Eine andere These stellte ein Redakteur mit koreanischen Wurzeln auf: Er vermutete, Opfer von Diskriminierung zu sein, sei Teil des Rollenbildes von JournalistInnen. JournalistInnen würden sich für die Schwächeren einsetzen und sich dabei als Teil der Schwächeren fühlen.⁷²⁵ Ein autochthoner Redakteur führte mögliche Barrieren auf ein zu geringes Selbstbewusstsein der JournalistInnen mit Migrationshintergrund zurück.⁷²⁶

Der Begriff der Diskriminierung stellt ein ähnliches Problem wie jener der Barrieren dar: Es mangelt an einer einheitlichen Definition dafür, was unter Diskriminierung zu verstehen ist. Die Einschätzungen, wann Diskriminierung beginnt, sind dementsprechend sehr unterschiedlich – was sich auch daran zeigt, dass einzelne TV-JournalistInnen mit Migrationshintergrund Bemerkungen als Scherz interpretierten, die für KollegInnen eine Diskriminierung darstellten.

21.4.21 Vor- und Nachteile des Migrationshintergrundes

Die Vor- und Nachteile des Migrationshintergrundes für die Arbeit als JournalistIn waren ein weiterer bedeutender Aspekt in den Interviews mit den JournalistInnen. Dabei wurde vor allem eine zusätzliche Sichtweise als Vorteil – sowohl von JournalistInnen mit Migrationshintergrund als auch von autochthonen RedakteurInnen – wahrgenommen. Eine Redakteurin mit iranischen Wurzeln schrieb sich etwa durch ihren Hintergrund einen weiteren Horizont zu.⁷²⁷ Eine Journalistin, die aus der Ukraine stammt, gab an, durch ihren Migrationshintergrund eine komplexere Sichtweise zu haben, dadurch sei ihr auch die

⁷²² Vgl. P. Q, 390-392.

⁷²³ P. U, 375-376.

⁷²⁴ Vgl. Zoran Dobrić, 491-494.

⁷²⁵ Vgl. P. W, 717-720.

⁷²⁶ Vgl. P. K, 487-492.

⁷²⁷ Vgl. P. G, 88-92.

Einseitigkeit der österreichischen Medienberichterstattung bei bestimmten Themen bewusst geworden.⁷²⁸ Ein Journalist aus Deutschland vermutete, dass RedakteurInnen mit Migrationshintergrund andere Fragen stellen würden und diese Fragen womöglich zu einem bestimmten Zeitpunkt gerade richtig kommen würden.⁷²⁹

Ein besseres Verständnis für Informationen ortete der *ORF*-Redakteur Zoran Dobrić durch seine Wurzeln.⁷³⁰ Des Weiteren wurden Sprachenkenntnisse als Vorteil erwähnt, dadurch sei der Kontakt zu InterviewpartnerInnen einfacher gewesen, schilderte eine *Puls4*-Redakteurin. Ihre ausländischen Wurzeln verschafften RedakteurInnen mit Migrationshintergrund auch Zugänge, über die autochthone JournalistInnen nicht so einfach verfügten.⁷³¹ Ein Redakteur mit iranischen Wurzeln schilderte im Interview, dass der Zugang zu MigrantInnen einfacher sei: „Ich glaub’ nicht, dass ich jetzt als blonder und blauäugiger Mensch in eine Moschee reingehen würde und sagen würde, *Ich möchte jetzt mit euch über den Islam sprechen*, dass ich dann so willkommen wäre wie jetzt halt.“⁷³² Auch im Ausland und in der Modebranche würden ausländische Wurzeln von Vorteil sein, meinte eine Redakteurin, die im Modejournalismus tätig ist. Durch ihren Hintergrund würde sie in der internationalen Branche glaubwürdiger wirken.⁷³³

Zum Teil wurden ausländische Wurzeln aber auch als Nachteil interpretiert: Ein *ServusTV*-Redakteur meinte etwa, dass für ein alpenländisches Format vor allem österreichische Wurzeln von Vorteil seien.⁷³⁴ Eine andere Redakteurin vermutete auch, dass eine dunkle Hautfarbe in einzelnen Formaten einen Nachteil darstellen könnte.⁷³⁵ Eine deutsche Redakteurin nahm nur in seltenen Fällen einen Vorteil durch die ausländischen Wurzeln an: „Bis auf vielleicht wirklich (...) eben so ganz seltene Ausnahmeerscheinungen, die dann erstens mal einen wahnsinnigen Bildungshintergrund haben und die dann wirklich einen Vorsprung haben vor allen anderen, also die irgendetwas haben, was alle anderen ohne Migrationshintergrund nicht haben und das sind auch so die Vorzeigemodelle.“⁷³⁶

Einige InterviewpartnerInnen vermuteten durch den Migrationshintergrund sowohl Vor- als auch Nachteile. Ein *Puls4*-Redakteur sah dies abhängig vom Format, in dem RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln anstreben zu arbeiten: Bei konservativen Medien würde der

⁷²⁸ Vgl. P. M, 355-369.

⁷²⁹ Vgl. P. Q, 432-438.

⁷³⁰ Vgl. Zoran Dobrić, 267-269.

⁷³¹ Vgl. P. M, 388-390.

⁷³² P. H, 128-131.

⁷³³ Vgl. P. G, 550-553.

⁷³⁴ Vgl. P. P, 301-303.

⁷³⁵ Vgl. P. J, 182-186.

⁷³⁶ P. O, 295-299.

Migrationshintergrund eher einen Nachteil darstellen, bei jüngeren Formaten sei das Gegenteil der Fall. Auch in einer Nachrichtenredaktion könnte der Migrationshintergrund ein Vorteil sein, wenn man aus einer geopolitisch bedeutsamen Region stammte.⁷³⁷ Jene Redakteurin, die aus der Ukraine zugewandert war, vermutete einen Vor- beziehungsweise Nachteil abhängig davon welchen Personen man in seiner beruflichen Laufbahn begegnete – sie selbst habe nur positive Erfahrungen gemacht.⁷³⁸ Ein Redakteur mit koreanischen Wurzeln nahm positive Effekte durch seinen Migrationshintergrund wahr: Sein ausländischer Name sei auf Interesse gestoßen, außerdem wurden interkulturelle Kompetenzen aufgrund seiner Herkunft im TV-Sender vermutet. Die positive Behandlung seiner Person stellte der Interviewpartner infrage. „Die Frage, die man sich selber stellt: Naja, ist man eigentlich nur hier, weil man jetzt der Quoten-Chinese ist [...]. Das ist auch das, was mitschwingt.“⁷³⁹

21.4.22 Bewertung der Förderung ethnischer Diversität

Eine mögliche Förderung für (angehende) JournalistInnen mit Migrationshintergrund wurde unter den InterviewpartnerInnen kontrovers diskutiert. Für eine Förderung von Personen mit Migrationshintergrund sprach etwa aus Sicht einer Interviewpartnerin mit österreichischen Wurzeln, dass Diversität normal werden müsse – solange das nicht der Fall sei, müsse gefördert werden. Auch in ihrem eigenen Unternehmen würde aus Sicht der Journalistin noch zu wenig in diese Richtung getan.⁷⁴⁰ Ein Redakteur mit deutsch-kroatischem Hintergrund konnte sich Fördermaßnahmen ebenfalls vorstellen, sollten die Chancen für Personen mit Migrationshintergrund tatsächlich geringer sein.⁷⁴¹ Ein Journalist mit iranischen Wurzeln sprach sich im Interview dafür aus, MigrantInnen generell zu fördern, damit sie im Land Fuß fassen könnten, für die Journalismus-Branche sollten Personen mit Migrationshintergrund aber nicht speziell gefördert werden.⁷⁴² Einzelne InterviewpartnerInnen waren für eine frühe Förderung von Personen mit Migrationshintergrund. Im Schulalter sollte Interesse für den Beruf geweckt werden. Ein *ORF*-Redakteur, dessen Vater aus dem Ausland stammt, wünschte sich eine Bewusstseinsbildung für Diversität bereits in der Schule und an den Universitäten. Er argumentierte, bei mehr Interesse für die Meinungen und Erzählweisen von Menschen mit Migrationshintergrund würden sich womöglich auch mehr Personen mit

⁷³⁷ Vgl. P. U, 397-405.

⁷³⁸ Vgl. P. M,

⁷³⁹ P. W, 300-302.

⁷⁴⁰ Vgl. P. B, 161-164, 179-181.

⁷⁴¹ Vgl. P. F, 349-351.

⁷⁴² Vgl. P. H, 197-199.

Migrationshintergrund für den Journalismus interessieren. In Ausbildungen sollten die Kompetenzen von Menschen mit interkulturellem Hintergrund genutzt werden, eine spezielle Förderung nur für jene Personen, die ausländische Wurzeln haben, lehnte er ab: „*Die, die den Background haben, müssen oder sollen oder dürfen und die anderen aber nicht* – das ist ein Blödsinn. Das hat keinen Sinn.“⁷⁴³

Auch für ein stärkeres Selbstbewusstsein von angehenden JournalistInnen mit Migrationshintergrund wurde vonseiten einer autochthonen Journalistin plädiert: „Dass die vielleicht ein bisschen einen Tritt in den Hintern bekommen und vielleicht stärker auftreten. Also, dass die sich ihren Stärken auch stärker bewusst sind. Ich weiß nicht, wie das auf der Uni gesagt wird oder gefördert wird, aber das wäre schon extrem wichtig.“⁷⁴⁴ Der ORF-Reakteur Zoran Dobrić sprach sich für eine Förderung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund aus, zweifelte aber daran, dass es den finanziellen Spielraum dafür im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gebe: „Da ist es sehr schwer oder sehr wenig Raum, um zu sagen, *Ok, wir fördern extra den oder den*. Und das Unternehmen ist bemüht, es zu machen. Dort wo es möglich ist, passiert es auch.“⁷⁴⁵ Er selbst sei in seinem Tun stets von seinen KollegInnen gefördert worden. Eine ORF-Redakteurin sah die einzige – aus ihrer Sicht – zulässige Förderung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund im Zugang zu Medien. Sobald die Personen aber im Unternehmen seien, dürfe es keine speziellen Förderprogramme geben: „Dass es eine Form von Begleitung gibt, ist sicher nicht schlecht, aber ich glaube es wäre nicht gut, wenn man sagt, (...) *Du hast diesen Förderstempel*.“⁷⁴⁶

Die GegnerInnen einer speziellen Förderung für (angehende) JournalistInnen mit Migrationshintergrund begründeten ihren Standpunkt unter anderem mit dem harten Berufsumfeld, in dem es nicht angebracht sei, Erleichterungen für bestimmte Personen zu erwirken. Auch eine Journalistin mit Wurzeln im Iran sprach sich gegen eine spezielle Förderung aus und argumentierte dies mit der Leistung, die MigrantInnen ohnehin gewohnt seien zu erbringen: „Ich denke die Migranten an sich brauchen das gar nicht. Die können’s auch selber schaffen. Also ich meine, ich hab’s auch geschafft, weißt du.“⁷⁴⁷

Tatsächlich dürfte eine mögliche negative Reaktion auf derartige Förderungen eine Rolle spielen. Des Öfteren wurde das Argument genannt, geförderte Personen könnten zum/zur QuotenmigrantIn degradiert werden. Die Journalistin mit iranischem Hintergrund befürchtete

⁷⁴³ P. S, 502-504.

⁷⁴⁴ P. J, 217-220.

⁷⁴⁵ Zoran Dobrić, 335-337.

⁷⁴⁶ P. L, 384-385.

⁷⁴⁷ P. G, 606-608.

ebenfalls negative Reaktionen: „Wenn die das anbieten würden ja, wenn jetzt die Fernsehsender oder die Medien sagen *Wir versuchen euch zu pushen!* oder sonst wie, dass da nicht die Österreicher sich dann wieder aufregen (...) *Ha, die nehmen uns auch die Journalistenjobs weg!*“⁷⁴⁸

Derartige Anschuldigungen scheinen nicht nur eine Befürchtung zu sein, ein Redakteur mit koreanischen Wurzeln berichtete davon, Anfeindungen bereits gehört zu haben: „Eine Geschichte habe ich schon von einem Ex-Kollegen auch hinter mir gehört. (...) *Ja, der kann ja nix anderes außer dass er Chinese ist.*“⁷⁴⁹ Derselbe Redakteur argumentierte, dass Quoten bei kleinen Gruppen von Minderheiten kontraproduktiv seien – er sprach sich dennoch für Frauenquoten aus.⁷⁵⁰ Die Frage nach einer Quote für ethnische Diversität in Medienunternehmen löste bei einigen InterviewpartnerInnen heftige Argumentationen aus. Nur ein Fünftel der befragten RedakteurInnen sprach sich in den Interviews für eine Quote für ethnische Vielfalt aus, die Mehrheit lehnte diese – zum Teil vehement – ab. Ein Argument für eine Quote war aus Sicht der InterviewpartnerInnen die Förderung einer adäquaten Abbildung der Gesellschaft in den Medienunternehmen. Ob eine Quote in den TV-Sendern tatsächlich durchsetzbar wäre, war auch für eine Befürworterin nicht abzusehen.⁷⁵¹

Das Thema der Förderung ist zwiespältig: Zum einen wurde in den Interviews der Wunsch geäußert, Diversität zur „Normalität“ werden zu lassen, zum anderen wurde befürchtet, mit einer Förderung Menschen in Nischen zu drängen und in weiterer Folge damit Ressentiments zu provozieren. Auch die InterviewpartnerInnen mit Migrationshintergrund waren sich beim Thema der Förderung nicht einig. Einer der ausschlaggebenden Gründe für die Ablehnung einer Quote dürfte hier die Gefahr eines Opferstatus für MigrantInnen sein. In diesem Zusammenhang wurde die eigene Leistungsfähigkeit betont: MigrantInnen seien gewohnt, doppelt so viel Leistung erbringen zu müssen, dementsprechend könnten sie den Weg in den Journalismus alleine schaffen.

21.4.23 Migration und Integration als Inhalte der Berichterstattung

Mehrere InterviewpartnerInnen waren der Meinung, eine größere ethnische Diversität in der Bevölkerung würde sich auf die Themengestaltung im Journalismus auswirken. Durch die gesellschaftlichen Veränderungen würden neue Themenbereiche entstehen, außerdem zwingen

⁷⁴⁸ P. G, 652-655.

⁷⁴⁹ P. W, 579-581.

⁷⁵⁰ Vgl. P. W, 574-576.

⁷⁵¹ Vgl. P. L, 399-401.

Diversität dazu, andere Seiten in der Berichterstattung zu betrachten. Ein Redakteur des Senders *ServusTV* war in Bezug auf mögliche Auswirkungen auf den Mainstream-Journalismus skeptisch: „Also ich denke, wenn man sich die Landschaft anschaut, dann gibt’s bestenfalls von öffentlich-rechtlichen Sendern teilweise die Tendenz solche Programmnischen zu besetzen. Also ich denke, es wäre wichtig, aber es wird nicht im entsprechenden Ausmaß gemacht.“⁷⁵²

Ein *ATV*-Redakteur bezweifelte, dass die gesellschaftlichen Veränderungen die Herangehensweisen im Journalismus ändern würden. Man müsste weiterhin allen Themen gleich offen, gleich kritisch und interessiert begegnen.⁷⁵³ Kolleginnen des Redakteurs erklärten, im Sender würde es keine ExpertInnen für Themen wie Integration und Migration geben, keinE RedakteurIn würde sich speziell mit diesem Themenbereich befassen, außerdem würde nur bei aktuellen Anlässen darüber berichtet.⁷⁵⁴ Auch bei den InterviewpartnerInnen von *ServusTV* hieß es, es gebe keinen Migrationsschwerpunkt, der Fokus der Berichterstattung liege auf alpenländischer Kultur. In Diskussionssendungen würde das Thema tiefer gehend behandelt.⁷⁵⁵ Ein *ORF*-Mitarbeiter war der Meinung, dass Migrationsgeschichten beleuchtet und die Bevölkerung für derartige Themen sensibilisiert werden sollte.⁷⁵⁶ Zwei Redakteure, die selbst ausländische Wurzeln haben, kritisierten in diesem Zusammenhang die aktuelle österreichische Medienberichterstattung. So würden RedakteurInnen von ihren eigenen Bildern geleitet.⁷⁵⁷ Einer der Redakteure forderte, dass sich JournalistInnen zu diesem Themenbereich besser informieren müssten und nicht auf Tendenzen wie Islamophobie aufspringen dürften.⁷⁵⁸

Die Angaben der TV-RedakteurInnen verdeutlichen die geringe Auseinandersetzung mit den Themenbereichen Migration und Integration: Bestenfalls würden diese mitbehandelt, eine Expertise für die Themenbereiche existiert in den TV-Redaktionen kaum. Umso bedeutender wäre die Sensibilisierung für diese Themenbereiche im Rahmen der Ausbildung beziehungsweise in den Medienunternehmen selbst.

⁷⁵² Vgl. P. P, 66-69.

⁷⁵³ Vgl. P. D, 44-46.

⁷⁵⁴ Vgl. P. B, 82-87, vgl. P. C, 52-56.

⁷⁵⁵ Vgl. P. Q, 112-117.

⁷⁵⁶ Vgl. P. K, 633-640.

⁷⁵⁷ Vgl. P. W, 442-447.

⁷⁵⁸ Vgl. P. S, 195-201.

21.4.24 MigrantInnen als Zielgruppe

Neben der Rolle von Personen mit Migrationshintergrund als MedienakteurInnen wurde die Frage nach MigrantInnen als Zielgruppe der Fernsehsender behandelt. Beim Privatsender *ATV* vermutete keineR der RedakteurInnen, die sich zu diesem Thema äußerten, einen Fokus auf MigrantInnen als Zielgruppe. Ein Redakteur erachtete Zielgruppen nach Ethnizität grundsätzlich als nicht sinnvoll.⁷⁵⁹ Eine Kollegin vermutete dagegen positive Effekte für das Image des Senders, sollte man MigrantInnen gezielt ansprechen. Derzeit würde man dies – aus der Sicht der Redakteurin – wohl eher dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk überlassen.⁷⁶⁰

Ein *Puls4*-Redakteur nahm an, dass mehr Diversität im Personal auch ZuseherInnen mit Migrationshintergrund ansprechen würde: „Es gibt ja auch diese Vorurteile, dass so viele Türken zuhause sitzen und sich nur türkisches Fernsehen ansehen und das wird wahrscheinlich auch daran liegen, dass halt keine Türken für die Türken in Österreich produzieren, sondern halt nur Österreicher.“⁷⁶¹

Eine *Puls4*-Redakteurin mit ausländischen Wurzeln war der Meinung, dass die österreichischen TV-Sender MigrantInnen bereits als Zielgruppe erkannt hätten und gerade deshalb – um diese Zielgruppe anzusprechen – offener Diversität in den Redaktionen leben würden: „Ich glaube, es hat in erster Linie damit zu tun, dass man drauf gekommen ist, dass [das, Anm.] eine starke Zuschauerschicht oder Käuferschicht [ist, Anm.] oder was auch immer, die man da irgendwie für sich gewinnen will mit internationalen Sendungen.“⁷⁶² Ein Kollege der Redakteurin konnte dagegen keinen Fokus auf MigrantInnen erkennen, als Zielgruppe seien MigrantInnen nicht interessant, da sie keine homogene Gruppe darstellen würden.⁷⁶³ Eine ähnliche Annahme kam von einer *ORF*-Journalistin: Sie vermutete ein bereits vorhandenes Interesse in österreichischen Medienunternehmen für Personen mit Migrationshintergrund als Zielpublikum. Dies war der einzig vorstellbare Grund für die Redakteurin, warum sich die Medienhäuser vermehrt für Diversität in den Redaktionen einsetzen könnten: „Aus dem heraus, dass man sagt: Ja, es gibt halt viele Leute, die einen ethnischen Background haben und die halt auch, die man sozusagen auch gewinnen möchte für Produkte und Medien. Aus dem heraus glaube ich schon, dass es gewisse Annäherungen gibt.“⁷⁶⁴

⁷⁵⁹ Vgl. P. A, 91-93.

⁷⁶⁰ Vgl. P. B, 148-155.

⁷⁶¹ P. H, 51-54.

⁷⁶² P. M, 311-314.

⁷⁶³ Vgl. P. U, 65-68.

⁷⁶⁴ P. L, 121-125.

Ein *ORF*-Redakteur mit ausländischen Wurzeln wollte wissen, dass man Personen mit Migrationshintergrund tatsächlich als Zielgruppe identifiziert habe, sich aber nicht traue, diese offen anzusprechen: „Man hat schon Angst, dass wenn ich jetzt zum Beispiel ein Format entwickle, egal ob Information oder in der Unterhaltung, dass man damit auf die Schnauze fallen könnte. Ich würde mir hier ein bisserl mehr Mut wünschen, ein bisserl mehr Vielfalt.“⁷⁶⁵ Ein Journalist, der ebenfalls beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschäftigt ist, sah Diversität als bedeutend für das Verständnis der Zielgruppe. Dadurch, dass sich das Publikum verändere, müsse Diversität im Unternehmen angedacht werden. Er vermutete bei seinem Arbeitgeber die Hoffnung, durch seine Person neue Zielgruppen anzusprechen – wiewohl ihm dieser Zugang wenig behagte: „Du hast migrantischen Hintergrund, aber bist du dann auch zuständig für die Zielgruppe? Bist du eigentlich nur so ein Role-Model für die Zielgruppe oder bist du – sage ich mal – nur so ein Stück, mit dem man zeigt, man ist eh ganz liberal und offen?“⁷⁶⁶

Die Angaben der RedakteurInnen belegen, dass in den TV-Sendern keine Strategie besteht, MigrantInnen gezielt anzusprechen beziehungsweise keine Strategie, die an die Redaktionen kommuniziert wurde. Unter den JournalistInnen herrscht zum Teil ein Bewusstsein für einen Zusammenhang von Diversität im Personal und MigrantInnen als RezipientInnen der Medienberichterstattung. Einzelne Befragte vermuteten, dass Diversität in den Redaktionen bereits dazu genützt werde, um MigrantInnen als Zielpublikum besser zu erreichen. In den Interviews mit den VerantwortungsträgerInnen der Fernsehsender zeigte sich allerdings, dass eine derartige Strategie keineswegs verfolgt wird.

21.4.25 Bewertung von Nischenprogrammen

In Zusammenhang mit der Thematisierung von Integration und Migration in der Berichterstattung und der Ansprache von MigrantInnen als möglicher Zielgruppe für TV-Sender wurde auch die Sinnhaftigkeit von Nischenprogrammen diskutiert. Die Befragten hatten dabei eine ablehnende Haltung gegenüber Programmen, in denen JournalistInnen mit Migrationshintergrund ausschließlich über Themen wie Integration und Migration berichten. Einem *ATV*-Redakteur war der Zugang unverständlich, JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln für derartige Formate einzusetzen. Er sprach sich dagegen aus, dass RedakteurInnen mit Migrationshintergrund stets für die Berichterstattung über Themenbereiche wie Migration

⁷⁶⁵ P. S, 314-317.

⁷⁶⁶ P. W, 328-331a.

und Integration eingesetzt würden.⁷⁶⁷ Ein Interviewpartner, der selbst deutsch-kroatische Wurzeln hat, war sich nicht sicher, ob man mit Spartenmedien wie dem Wiener Magazin *Biber* nicht mehr trennte als zusammenführte. Auch mit derartigen Programmen MigrantInnen als Zielgruppe anzusprechen, hielt er für schwierig, da diese keineswegs eine homogene Gruppe darstellen würden.⁷⁶⁸ Einen weiteren Kritikpunkt in den Interviews stellte die Sendezeit von Nischenformaten im Fernsehen dar. Hier wurde bemängelt, dass derartige Programme nur auf unattraktiven Sendeplätzen laufen würden. Ein Journalist vermutete dahinter fehlenden Mut, MigrantInnen offensiver anzusprechen.⁷⁶⁹

Ein *ORF*-Redakteur mit Migrationshintergrund war der Meinung, dass viele KollegInnen mit ausländischen Wurzeln bewusst nicht Integrationsthemen behandeln wollten: „Man möchte selber nicht ins Ghetto zurück. Also es gibt schon Ausnahmen – es gibt auch Sendungen, wo die Kollegen schon eher so drauf sind.“⁷⁷⁰ Ein weiterer *ORF*-Redakteur ortete die Tendenz im Unternehmen, RedakteurInnen mit Migrationshintergrund zunehmend in Mainstream-Programmen einzusetzen und sah diese Entwicklung positiv. Dieser betonte, „dass die eigentlich in Wirklichkeit genau denselben Job machen wie autochthone Redakteurinnen und Redakteure und das finde ich aber auch gut so, muss ich sagen. Weil das eigentlich sozusagen einfach zu einer – ja – zu einer Normalisierung führt und weil das einfach auch nur fair ist.“⁷⁷¹

21.4.26 Bewertung von Medien als Spiegel der Gesellschaft

Müssen Massenmedien gesellschaftliche Realität widerspiegeln, eine Abbildung der Gesellschaft darstellen? Diese Frage beschäftigte einige der RedakteurInnen im Interview. Eine Redakteurin mit deutschen Wurzeln sah ethnische Diversität in den Redaktionen gerade deshalb als bedeutend an, da der Journalismus die Aufgabe habe, die Gesellschaft widerzuspiegeln. „Weil ich schon auch wichtig finde, dass sich der Durchschnitt der Bevölkerung auch im Durchschnitt des Journalismus wiederfindet. Dadurch, dass der Journalismus auch ein Berufsstand ist, der die Gesellschaft widerspiegelt.“⁷⁷²

Die Repräsentation der Gesellschaft als Aufgabe für Massenmedien wurde von anderen InterviewpartnerInnen infrage gestellt. Ein *Servus TV*-Redakteur war der Meinung, dass dies eine Aufgabe öffentlich-rechtlicher Medien sei und nicht jene der Privatsender: „Das ist der

⁷⁶⁷ Vgl. P. D, 61-64.

⁷⁶⁸ Vgl. P. F, 75-83.

⁷⁶⁹ Vgl. P. U, 74-76.

⁷⁷⁰ P. W, 373-374.

⁷⁷¹ P. V, 161-165.

⁷⁷² P. I, 264-267.

Grund, warum es einen öffentlich-rechtlichen Sender gibt. Dass der solche Dinge ermöglicht, die ein Privater nicht macht, weil sich's nicht rentiert. Insofern würde ich da eher bei den Öffentlich-Rechtlichen ansetzen, dass die da mehr machen müssen. Von einem Privaten kann man's nur bedingt verlangen, weil mit diesen Dingen verdienst du halt in der Regel wenig Geld. Das ist halt nicht was die Masse angeht.“⁷⁷³

Ein *ATV*-Redakteur zeigte sich in Bezug auf ein derartiges Repräsentationsmodell generell skeptisch. Er stellte fest, dass nicht nur MigrantInnen nicht in der Redaktion des Medienhauses vertreten seien, sondern auch ältere Menschen unterrepräsentiert seien. Dagegen seien Frauen häufiger in JournalistInnenjobs tätig.⁷⁷⁴ Ein deutscher Redakteur bemängelte dagegen, dass Frauen in Diskussionssendungen fehlen würden.⁷⁷⁵

Eine Moderedakteurin mit iranischen Wurzeln schilderte, dass die Repräsentation von Personen mit Migrationshintergrund nicht immer positive Reaktionen auslöse. So sei etwa ein dunkelhäutiges Model, das bei der Sendung „Austria's Next Topmodel“ gewonnen habe, in der restlichen Medienlandschaft nicht gut angekommen – etwa bei bestimmten Magazinen. Begründet wurde dies damit, dass sich autochthone Österreicherinnen in dem Model nicht wiedererkennen könnten.⁷⁷⁶

Aus demokratiepolitischer Sicht stellt die Vertretung von Mitgliedern der Gesellschaft in bedeutenden Institutionen eine wichtige Form der Teilhabe dar. Nur wenige InterviewpartnerInnen orteten aber eine derartige Aufgabe für Medien. Das lässt auf ein geringes Bewusstsein in den Redaktionen schließen, dass durch Massenmedien auch ein bestimmtes Bild einer Gesellschaft verbreitet wird. Sind Teile der Gesellschaft in diesem Bild nicht adäquat vertreten, könnte dies Auswirkungen auf die Identifikation mit dem Aufnahmekontext haben.

21.4.27 Ethnische Diversität im Ländervergleich

Einige InterviewpartnerInnen stellten in den Gesprächen den Vergleich zur Situation in anderen Ländern an. Dabei wurde zumeist die Lage in Deutschland als Vergleichswert herangezogen, wobei die Befragten die Situation in deutschen TV-Sendern als wesentlich weiter fortgeschritten – im Sinne eines größeren Anteils an JournalistInnen mit Migrationshintergrund – empfanden. Für mehrere RedakteurInnen ergab sich der Eindruck,

⁷⁷³ P. P, 332-337.

⁷⁷⁴ Vgl. P. D, 217-220, 253-255.

⁷⁷⁵ Vgl. P. Q, 478-480.

⁷⁷⁶ Vgl. P. G, 699-706.

Österreich hinke bei ethnischer Diversität im TV hinterher. Eine deutsche Redakteurin stellte die vermehrte Sichtbarkeit von Diversität in deutschen Fernsehsendern als jüngere Entwicklung dar. Früher hätte es sichtbare Diversität in der heutigen Form nicht gegeben.⁷⁷⁷

Aber nicht nur die Sichtbarkeit von Diversität wurde in diesem Zusammenhang erwähnt, auch die strategische Auseinandersetzung mit dem Thema in Form eines Integrationsbeauftragten wurde angesprochen. Eine *ORF*-Redakteurin stellte fest, dass es einen derartigen Posten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Österreich nicht geben würde – in den öffentlich-rechtlichen Anstalten anderer Staaten sei dies aber der Fall.⁷⁷⁸

Eine Mitarbeiterin des Privatsenders *Puls4* führte die Unterschiede im Umgang mit ethnischer Diversität im Personal zwischen österreichischen und deutschen TV-Sendern auf den Geschmack des Publikums zurück: In Österreich sei dieser konservativer als in Deutschland. „In Deutschland hat man sich daran gewöhnt, in Österreich ist man glaube ich noch mit Vorbehalten vom Publikum her auch konfrontiert. Könnte ich mir vorstellen.“⁷⁷⁹

Angesichts der Aussage der Redakteurin stellt sich die Frage, wie das deutsche Publikum einen „weniger konservativen“ Geschmack entwickeln konnte. Ein entscheidender Faktor für eine derartige – angenommene – Entwicklung des Publikums dürfte auch in der Konfrontation mit Vielfalt seitens der Medien sein. Ein Gewöhnungseffekt könnte nur eingetreten sein, wenn es auch die Auseinandersetzung mit Personen mit Migrationshintergrund in den Medien gegeben hätte. Dies würde implizieren, dass deutsche Sender pro-aktiv tätig waren und dies schließlich zu der beschriebenen „Gewöhnung“ geführt hätte.

21.4.28 Zukunftsprognosen

In den Interviews wurden auch Zukunftsprognosen hinsichtlich ethnischer Diversität in den österreichischen Fernsehsendern abgegeben. Die RedakteurInnen zeigten sich hier optimistisch, was die Beteiligung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund am journalistischen Produktionsprozess betrifft. Eine *ATV*-Redakteurin nahm an, dass Diversität in Zukunft normaler werden und vermehrt auf den Bildschirmen zu sehen sein würde.⁷⁸⁰ Ein *ORF*-Journalist vermutete, der Anteil der Personen mit Migrationshintergrund in den Redaktionen werde sich an jenen in der Bevölkerung angleichen.⁷⁸¹ Der Begriff „MigrantIn“ hat aus der Sicht des Interviewpartners ein Ablaufdatum. In den Gesprächen wurde eine

⁷⁷⁷ Vgl. P. O, 47-49.

⁷⁷⁸ Vgl. P. L, 149-152.

⁷⁷⁹ P. T, 229-231.

⁷⁸⁰ Vgl. P. B, 130-131.

⁷⁸¹ Vgl. P. K, 369-371.

ähnliche Entwicklung für MigrantInnen wie bei Journalistinnen vermutet. Wann dieser Prozess aber tatsächlich abgeschlossen ist, sei nicht abschätzbar.⁷⁸²

Der *ORF*-Redakteur, Zoran Dobrić, ortete eine strukturelle Veränderung: Demnach entstehe ein neuer Raum für JournalistInnen. Dadurch, dass RedakteurInnen vor Ort an verschiedensten Schauplätzen der Erde für die Medienhäuser immer begehrter würden, gebe es neue Chancen für junge JournalistInnen aus verschiedensten Ländern.⁷⁸³ Auch ein Wunsch wurde im Rahmen der Interviews geäußert: Ein *ORF*-Redakteur erhoffte sich eine Veränderung in der Unternehmenskultur des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Mehr Selbstreflexion und weniger Arroganz würden positive Veränderungen zugunsten ethnischer Diversität ermöglichen.⁷⁸⁴

21.4.29 Conclusio

Ethnische Diversität existiert in den Redaktionen österreichischer Fernsehsender – wenn auch in sehr unterschiedlichem Ausmaß. Dies zeigte bereits die quantitative Erhebung deutlich, die Interviews mit TV-JournalistInnen belegen dieses Ergebnis. Der Migrationshintergrund stellte für die RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln beim Einstieg in die Medienunternehmen allerdings keinen Vorteil dar – viel mehr ergibt sich der Eindruck, die JournalistInnen seien *trotz* ihres Migrationshintergrundes in die TV-Sender gekommen.

Der Migrationshintergrund wird in den Redaktionen zumeist als irrelevant erachtet, eine Strategie der Medienunternehmen für Diversität wurde von den meisten JournalistInnen nicht wahrgenommen. Hinsichtlich des Auswahlverfahrens wurden – je nach TV-Sender – unterschiedliche Zugänge vermutet: Bei *Puls4* und *ATV* konnten die RedakteurInnen kein spezifisches Auswahlverfahren erkennen, in dem auch die Kriterien Diversität und interkulturelle Kompetenzen berücksichtigt wurden. Bei *ServusTV* wurde hingegen von einer gezielten Rekrutierung von Personen mit Migrationshintergrund berichtet – allerdings nur aus jenen Ländern, die für den Sender als Markt von Bedeutung sind. Beim *ORF* wurde vor allem eine Förderung bei jungen Formaten vermutet.

Im direkten Zusammenhang mit dem Umgang mit Diversität in der Redaktion steht auch die Nutzung interkultureller Kompetenzen: Diese werden zum Teil zwar eingesetzt – etwa Sprachenkenntnisse für Übersetzungen – der Umgang damit erscheint allerdings unsystematisch. Berücksichtigt werden muss, dass der Einsatz interkultureller Kompetenzen maßgeblich von den RedakteurInnen mit Migrationshintergrund abhängt. So gab es unter den

⁷⁸² Vgl. P. L, 347-354.

⁷⁸³ Vgl. Zoran Dobrić, 535-541.

⁷⁸⁴ Vgl. P. V, 327-337.

InterviewpartnerInnen jene, die das Wissen über den Herkunftskontext der Eltern gewinnbringend in ihre Arbeit integrieren konnten, andere RedakteurInnen wiederum hatten kaum Bezug zum Herkunftsland (dem eigenen oder dem der Eltern) und keinen Kontakt zur Community. Auch die Gefahr, auf den Migrationshintergrund in der Arbeit reduziert zu werden, wurde von den Befragten angesprochen. Der gezielte Einsatz von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund erfolgt aus Sicht der TV-RedakteurInnen vor allem bei jungen Formaten beziehungsweise Sendungen, mit denen sich die Fernsehsender als modern positionieren wollen. In den Interviews wurde angenommen, dass Personen mit ausländischen Wurzeln diesen Formaten einen modernen Touch verleihen sollten. Nischenprogramme, in denen JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln über Themen wie Integration oder Migration berichten, wurden negativ bewertet.

In Hinblick auf eine größere ethnische Diversität in den Redaktionen gaben sich die TV-JournalistInnen offen und vermuteten positive Auswirkungen auf die Berichterstattung und das gesellschaftliche Zusammenleben. Wie widersprüchlich diese Angaben sind, zeigt der Zusammenhang mit den interkulturellen Kompetenzen der RedakteurInnen mit Migrationshintergrund: Die TV-JournalistInnen erwarten sich positive Effekte durch die Diversität in der Redaktion, berichten aber zugleich davon, dass die Wurzeln der KollegInnen mit Migrationshintergrund bei der Arbeit keine Rolle spielen würden. Insofern stellt sich die Frage, wie interkulturelle Kompetenzen Gewinn bringend eingesetzt werden können, wenn sie in vielen Fällen nicht nur nicht gefördert, sondern bewusst ignoriert werden.

Als Barriere für JournalistInnen mit Migrationshintergrund wurde vielfach die Sprache gesehen. Daraus wird deutlich, wie sehr eine Migrationsbiographie nach wie vor mit Sprachdefiziten assoziiert wird, aber vielfach nicht der Realität entspricht. Die Berichte von einzelnen JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln zeigten, dass ein Akzent oder grammatikalische Unsicherheiten kein Ausschlusskriterium sein muss. Unter den Personen mit Migrationshintergrund war die Tendenz erkennbar, die eigene Person nicht mit möglichen Barrieren in Verbindung bringen zu wollen – selbst wenn in weiterer Folge Ereignisse erwähnt wurden, die eine Benachteiligung darstellten. Derartige Erfahrungen wurden vielfach geschildert: Seien es Verantwortliche, die daran zweifeln, ob das ausländische Aussehen vor der Kamera vom Publikum positiv wahrgenommen wird oder AbteilungsleiterInnen, die übertrieben auf die ausländischen Wurzeln reagieren.

Zusammenfassend lässt sich festmachen, dass die RedakteurInnen einen positiven Zugang zu Diversität vermitteln und diesen in den meisten Fällen auch bei den TV-Sendern vermuten. Auf eine Strategie für den Umgang mit Diversität lassen die Angaben der

InterviewpartnerInnen nicht schließen. Die Aussagen der RedakteurInnen machten die geringe Bedeutung der Wurzeln bei der Arbeit deutlich: Dieser wird lediglich bei fehlender Kompetenz schlagend. Auch das Nicht-Beachten von Kompetenzen kann als Barriere beim Einstieg in den Beruf gewertet werden, wie sich generell eine Defizitorientierung in Zusammenhang mit dem Migrationshintergrund festmachen lässt. Zuletzt muss hinzugefügt werden, dass es sich bei den befragten Personen nur um jene handelt, die es in das Berufsfeld geschafft haben, hier also tendenziell die „Erfolgsgeschichten“ präsentiert wurden.

21.5 Ergebnisse der Interviews mit VerantwortungsträgerInnen der TV-Sender

Im vorliegenden Kapitel wird eine Analyse der einzelnen Sender hinsichtlich ihres Zugangs zu Integration durch Massenmedien vorgenommen, anschließend wird auf die Themenfelder eingegangen, die in den Interviews mit den VerantwortungsträgerInnen der untersuchten TV-Sender erörtert wurden. Dabei sollen die Zugänge der jeweiligen Fernsehunternehmen gegenüber gestellt und auf die Argumentationen und Widersprüchlichkeiten eingegangen werden.

ATV

Im Sender *ATV* ist ethnische Diversität im Unternehmen kein Thema. Die Begründung des Geschäftsführers Martin Gastinger lautet, dass mit einer Thematisierung des Migrationshintergrundes zwischen Menschen unterschiedlicher Herkunft unterschieden werde. Vor dem Hintergrund dieser Argumentation findet bei dem Fernsehsender keine Auseinandersetzung mit Integration durch Massenmedien statt – weder inhaltlich noch auf der Personalebene. Da die Herkunft der MitarbeiterInnen gezielt nicht thematisiert wird und nicht von Bedeutung ist, werden auch keine Daten dazu erhoben.

Auf Ebene der Inhalte will man bei *ATV* Diversität in allen Sendungen wahrnehmen: So würde etwa in Reality-Formaten wie *Wir leben im Gemeindebau* die Diversität der Gesellschaft abgebildet. Eine konkrete Überlegung, die eben diese Abbildung von Minderheiten in den Inhalten des Senders gezielt verfolgt, steht nicht dahinter.

Die bedeutende Rolle der Massenmedien für das gesellschaftliche Zusammenleben wird bei *ATV* offenbar nicht als solche wahrgenommen beziehungsweise nicht ernst genommen – dies äußert sich sowohl im fehlenden Verständnis für die Thematik der medialen Integration an sich als auch in der mangelnden Sensibilisierung gegenüber migrationsspezifischen Fähigkeiten.

Puls4

Beim Privatsender *Puls4* wird ethnische Diversität thematisiert: Im Sender gebe es ein Commitment, wie mit Diversität umgegangen wird, jedoch keine entsprechende Strategie. Begründet wird dies damit, dass die Vielfalt an Herkunftsn bei *Puls4* als Normalität begriffen werde und entsprechend damit umgegangen wird.

Dieses Commitment beinhaltet aber sehr wohl das Bemühen um Diversität – sowohl auf der personellen wie auch auf der inhaltlichen Ebene. Auf der Personalebene sollen Personen mit

Migrationshintergrund als MitarbeiterInnen gewonnen werden, eine gezielte Ansprache mittels Stellenausschreibungen, die speziell an RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln gerichtet sind, findet nicht statt. Auf der inhaltlichen Ebene wird versucht, Personen mit Migrationshintergrund in anderen Rollen – wie etwa als ExpertInnen – zu Wort kommen zu lassen.

Beim Sender *Puls4* herrscht demnach ein Bewusstsein für die Rolle der Massenmedien in Zusammenhang mit Diversität. Auch die Bedeutung sichtbarer Diversität in TV-Medien wird reflektiert. Umso bemerkenswerter erscheint der geringe Anteil an ModeratorInnen mit Migrationshintergrund im Sender. Insbesondere da von der Informationschefin des Senders, Corinna Milborn, geäußert wurde, gerade Role Models könnten zu vermehrtem Interesse von Personen mit Migrationshintergrund führen.

ServusTV

Im Privatsender *ServusTV* hat das im Management durchaus ein Bewusstsein für die Rolle der Massenmedien für die Integration von Personen mit Migrationshintergrund. Dieses Verständnis spiegelt sich aber nicht in konkreten Maßnahmen wider.

Da sich die Ausrichtung des Senders auf Traditionen im Alpenraum konzentriert, sind Migration und Integration als Inhalte der Berichterstattung kaum von Bedeutung. Das Know-How über den Kernmarkt ist im Sender zwar erwünscht, dafür werden aber nicht unbedingt nur MitarbeiterInnen aus dem jeweiligen Gebiet angestellt. In der Belegschaft von *ServusTV* sind deutsche MitarbeiterInnen stark vertreten. Ein konkretes Wissen oder Interesse an der Herkunft der MitarbeiterInnen bekundete *ServusTV*-Geschäftsführer Martin Blank nicht, was ebenfalls damit begründet wird, der Herkunft keine Rolle beizumessen.

Auch in der Argumentation des *ServusTV*-Geschäftsführers konnten Widersprüchlichkeiten festgemacht werden: So wurde etwa das Wissen des Konzerns *Red Bull* über die Vorteile von Vielfalt erwähnt. Bemerkenswert scheint, dass obwohl der Konzern offenbar über ein derartiges Bewusstsein verfügt, Diversität bei *ServusTV* nicht gezielt gefördert wird.

ORF

Beim *ORF* als öffentlich-rechtlichem Sender wurde die Thematik der medialen Integration in den vergangenen Jahren immer stärker präsent. Das Unternehmen bekennt sich dazu, einen Beitrag zur Integration zu leisten – die Umsetzung erscheint aber wenig strategisch und zum Teil widersprüchlich. Während der *WDR* in Deutschland etwa auf eine gezielte Förderung medialer Integration auf allen Ebenen setzt, versucht man beim *ORF* den Diskurs zu fördern.

Auf die Problematik, die damit einhergeht – nämlich eine fehlenden Überprüfbarkeit von Bemühungen und Fortschritten – wird in den nächsten Kapiteln näher eingegangen.

Der *ORF* verfügt über kein Datenmaterial über die Herkunft seiner MitarbeiterInnen, was mit der Privatsphäre der MitarbeiterInnen begründet wird. Die interkulturellen Kompetenzen von RedakteurInnen sollen gefördert werden beziehungsweise in der Bewertung potenzieller AnwärterInnen von Vorteil sein, was sich angesichts des fehlenden Wissens über die Herkunft als Schwierigkeit darstellen dürfte. Die beschriebene fehlende Stringenz in den Maßnahmen äußert sich sowohl auf der Ebene des Personals als auch in den Inhalten und in der Medienrezeption.

21.5.1 Selbstverständnis

Das Selbstverständnis der jeweiligen untersuchten Fernsehsender im Umgang mit der Thematik der Integration unterscheidet sich grundlegend. Dies ergibt sich zum einen aus der inhaltlichen Ausrichtung der TV-Unternehmen, zum anderen aus dem Status als öffentlich-rechtlicher Sender beziehungsweise private Medienunternehmen und den damit verbundenen Aufgaben.

Der Privatsender *ServusTV* legt den inhaltlichen Schwerpunkt auf Traditionen im Alpen-Raum und auf das Selbstverständnis dieser Region. Dementsprechend sind gesellschaftliche Entwicklungen der Gegenwart – zu denen moderne Migrationsbewegungen und die damit verbundenen Chancen und Herausforderungen gezählt werden können – nicht im Fokus des Senders. Martin Blank, *ServusTV*-Geschäftsführer argumentiert, „weil wir im Grunde genommen gar nicht so sehr versuchen heutige – oder nicht nur versuchen heutige – Realität abzubilden, gesellschaftliche Realität, sondern die Grundpositionierung von *ServusTV*. Da geht’s um was anderes.“⁷⁸⁵

Für das Medienunternehmen *ATV* spielt der Umgang mit ethnischer Diversität im Sender keine Rolle. Aus Sicht des Geschäftsführers Martin Gastinger ist dies „kein Thema“⁷⁸⁶. In der tagesaktuellen Berichterstattung werden Migration und damit verbundene Themenkomplexe zwar im Anlassfall behandelt, was die Auseinandersetzung des Unternehmens mit der Thematik intern betrifft, herrscht in der *ATV*-Chefetage Unverständnis. Der *ATV*-Geschäftsführer empfand die Thematisierung von Integration in Zusammenhang mit Medien als seltsam: „Ganz Österreich ist eine Durchmischung von vielen Völkern, das ganze

⁷⁸⁵ Martin Blank, 35-38.

⁷⁸⁶ Martin Gastinger, 90.

Diversifikations-Thema (sic!) ist für Österreich an sich schon komisch.⁷⁸⁷ Diese fehlende Sensibilisierung für die Bedeutung der Massenmedien im Integrationsprozess hat Auswirkungen auf den Umgang mit journalistischem Personal mit Migrationshintergrund: Von *ATV* wurde zwar mehrfach argumentiert, dass die Nichtbeachtung der Herkunft der MitarbeiterInnen aus Gründen der Gleichberechtigung geschehe, hier wird aber die Thematik an sich als überflüssig gewertet. Gibt es kein Bewusstsein für die Bedeutung der Massenmedien bei der Förderung von Diversität, wird man auch nicht bewusst darauf achten, Vielfalt im Unternehmen zu fördern und die Chancen daraus wahrzunehmen.

Bei *Puls4* wird die Thematik ernst genommen, was sich sowohl in der Wahrnehmung der Rolle von Massenmedien äußert als auch im Selbstverständnis des Senders. Die Informationschefin von *Puls4*, Corinna Milborn, betonte mehrfach den „normalen“ Umgang in den Redaktionen mit ethnischer Diversität: „Weil die Mannschaft ist sehr viel jünger und die Zuseher sind sehr viel jünger und da ist (es, Anm.) weniger so ein verkrampft Thema wie in anderen.“⁷⁸⁸ Auch das Fehlen einer gewachsenen Hierarchie im Sender unterstütze diesen Zugang, der sich aus der Sicht Milborns wesentlich zu jenem anderer Medienunternehmen, für die sie gearbeitet hatte, unterscheidet.⁷⁸⁹

Im *ORF* herrscht – auch bedingt durch den Status als öffentlich-rechtlicher Sender – eine starke Sensibilisierung für die Thematik. Hier positioniert man sich als Vorreiter im Umgang mit ethnischer Diversität. Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* ortet eine Vorbildfunktion des Unternehmens: „Nachdem dieses Unternehmen der größte Medienkonzern des Landes ist, acht der zehn reichweitenstärksten Medienkanäle sozusagen verwaltet, besitzt, jedenfalls gestaltet, glaube ich ist es auch so, dass er quasi Meilensteine setzen kann und diese Meilensteine haben auch etwas damit zu tun, wie der *ORF* sich nach innen – also in sich selbst – verhält.“⁷⁹⁰ Den Beitrag zur Integration von Personen mit Migrationshintergrund sowohl in der Personalpolitik als auch in den Inhalten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sieht Mitschka als Teil des Selbstverständnisses des *ORF*: „Am wichtigsten scheint mir zu sein, dass als Dogma des Diskurses gilt, dass der *ORF* zur Inklusion beiträgt und dass Inklusion sozusagen Thema ist.“⁷⁹¹ Dieses starke Bewusstsein alleine ist aber keineswegs ein Garant dafür, dass die Förderung von Integration auch ein Teil des strategischen Ansatzes des Senders wird. Wie unter dem Punkt 18 *Diversity Management-*

⁷⁸⁷ Martin Gastinger, 20-21.

⁷⁸⁸ Corinna Milborn, 48-50.

⁷⁸⁹ Vgl. Corinna Milborn, 76-77.

⁷⁹⁰ Konrad Mitschka, 21-25.

⁷⁹¹ Konrad Mitschka, 191-193.

Strategien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im europäischen Vergleich näher behandelt wird, findet sich – trotz der Auseinandersetzung mit der Thematik – kein Maßnahmenkonzept für den Umgang mit ethnischer Diversität im öffentlich-rechtlichen Sender.

21.5.2 Die Bewertung der Rolle der Massenmedien bei der Integration von Personen mit Migrationshintergrund

Die Bewertung der Rolle von Massenmedien in Zusammenhang mit Integration ist bedeutsam, da sie in weiterer Folge den konkreten Handlungen gegenübergestellt wird. Dabei lassen sich mehrere Tendenzen ausmachen: Im einen Fall wird Massenmedien von vornherein keine Aufgabe in einem Integrationsprozess zugeschrieben, dementsprechend muss dies im Handeln des Medienunternehmens nicht berücksichtigt werden. Ein anderer Zugang beinhaltet zwar das Bewusstsein über mögliche Integrationsleistungen der Massenmedien, im konkreten Unternehmenshandeln findet sich dies nicht wieder. Des Weiteren kann – wie im Fall von *ORF* und *Puls4* – eine verstärkte Sensibilisierung für die Thematik auf den oberen Hierarchieebenen festgestellt werden, ein konkretes Programm beziehungsweise eine Strategie wurde hier nicht festgelegt.

Bemerkenswerterweise schreibt die Mehrheit der befragten VerantwortungsträgerInnen den Massenmedien bedeutende Funktionen bei der Integration von MigrantInnen zu, diese Leistungen werden zum Teil als systemimmanente Bestandteile der Massenmedien gedeutet, wodurch die Medienverantwortlichen selbst nicht mehr aktiv werden müssten. So sieht *ServusTV*-Geschäftsführer Martin Blank die Aufgabe der Medien darin, die Realität abzubilden. Des Weiteren müssten Massenmedien „für die Integration und das gute Miteinander unterschiedlicher Gruppen“⁷⁹² sorgen. Der *ServusTV*-Geschäftsführer berichtete allerdings von keiner derartigen Maßnahme beziehungsweise keinen konkreten Bemühungen seines Senders, um Integration zu fördern.

Im *ORF* schreibt man Massenmedien in Zusammenhang mit Integration eine „ungeheuer große Rolle“⁷⁹³ zu. Medien werden hier als identitätsstiftend gesehen, durch ein gemeinsames Medienerlebnis würde ein gemeinsamer Habitus geschaffen, weshalb die Verantwortung der Massenmedien entsprechend groß sei.⁷⁹⁴ Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* verortet Medien außerdem in einer demokratischen Gesellschaft

⁷⁹² Martin Blank, 14-15.

⁷⁹³ Konrad Mitschka, 9-10.

⁷⁹⁴ Vgl. Konrad Mitschka, 11-15.

„als Aufpasserinnen, Bewahrerinnen, Vorantreiberinnen der Demokratie und der Inklusion“⁷⁹⁵.

Puls4-Informationschefin Corinna Milborn sieht Massenmedien als Spiegel der Gesellschaft: Diese seien zentral für die Wahrnehmung von Diversität und bedeutend dafür, was in der Bevölkerung eines Landes als Normalität begriffen wird. In diesem Zusammenhang ortete Milborn Fortschritte im vergangenen Jahrzehnt, die durch Massenmedien erreicht worden wären: „Es war eigentlich quer durch Europa so, dass Medien eine ganz wichtige Rolle gespielt haben und zwar Entscheidungen in Medien eine wichtige Rolle gespielt haben bei diesem Schwenk davon zu sagen, *Wir sind eine einheitliche weiße, christliche Gesellschaft* zu dem hin *Wir sind eine Einwanderungsgesellschaft*“⁷⁹⁶. Durch die Visualisierung von Gesichtern und ProtagonistInnen spielen TV-Medien aus der Sicht Milborns eine besondere Rolle.⁷⁹⁷ Bemerkenswert erschien in Zusammenhang mit diesem Selbstverständnis der geringe Anteil an sichtbarer Diversität bei *Puls4*. Informationschefin Corinna Milborn sprach lediglich von einer Moderatorin mit Migrationshintergrund.⁷⁹⁸ Gerade weil das Bewusstsein über die Wirkmächtigkeit massenmedialer Bilder vorhanden ist, überrascht die geringe Sichtbarkeit von Diversität im Sender.

ATV-Geschäftsführer Martin Gastinger ging auf die Frage nicht ein, da sich diese für ihn nicht stellt. Der *ATV*-Geschäftsführer sah keinen Anlass für die Beschäftigung mit Integration durch Medien, weil in Österreich ohnehin bereits eine „Durchmischung von vielen Völkern“⁷⁹⁹ stattgefunden habe.

21.5.3 Die Darstellung der Gesellschaft in den Massenmedien

Wie mit dem Modell des Cultural Citizenship dargelegt wurde, stellt die mediale Repräsentanz einen bedeutenden Faktor der Zugehörigkeit zu einer Gesellschaft dar. Die Massenmedien konstruieren mit ihren Darstellungen von Realität(en) einen *Medialen Identitätsraum*. Über die Medien wird wiederum verhandelt, wer diesen Raum bewohnt und wer davon ausgeschlossen ist – daraus entsteht die Vorstellung einer Territoriums, die für die ZuschauerInnen identitätsstiftend werden kann.

⁷⁹⁵ Konrad Mitschka, 29-31.

⁷⁹⁶ Corinna Milborn, 32-36.

⁷⁹⁷ Vgl. Corinna Milborn, 41-43.

⁷⁹⁸ Vgl. Corinna Milborn, 196.

Vgl. NN: Moderatoren. Im Internet: <http://www.puls4.com/moderatoren> (zuletzt eingesehen am 23.1.2014).

⁷⁹⁹ Martin Gastinger, 20.

Ausgehend von diesen Überlegungen ist es von Bedeutung, wie Massenmedien Realität(en) darstellen und wie sie die Bilder von Gesellschaften und Territorien mit all ihren Ein- und Ausschlüssen (mit)prägen. Ob die österreichische Gesellschaft in den Massenmedien adäquat dargestellt ist, wird unter den VerantwortungsträgerInnen der untersuchten Fernsehsender unterschiedlich bewertet.

ATV-Geschäftsführer Martin Gastinger sieht die gesellschaftliche Realität - in Bezug auf die Repräsentanz von Personen mit Migrationshintergrund – widergespiegelt: „Ich meine, egal ob sie sich Printmagazine oder die Fernsehlandschaft ansehen – es kommen überall Leute vor, die entweder selbst oder in Generationen davor zugewandert sind. Das hat sich doch alles längst vermischt, deshalb verstehe ich die Trennung nicht.“⁸⁰⁰ Der Sender verfolgt auch in diesem Punkt die Einstellung, Diversität innerhalb der Medienunternehmen würde ohnehin bereits bestehen, beziehungsweise passiert einfach ohne das Zutun der Verantwortlichen innerhalb der Medienkonzerne. Dass dieser Zugang aber hauptsächlich aus einer bewussten Förderung der Gleichberechtigung und der Vermeidung einer Trennung von Personen mit Migrationshintergrund und jenen ohne ausländische Wurzeln heraus entsteht, erscheint angesichts der Argumentationen an anderer Stelle widersprüchlich. Schließlich würde es kaum zu einer Trennung beitragen, die positiven Aspekte von Diversität gezielt zu nützen – was nicht getan wird. Zudem wurde argumentiert, im Sender gebe es Personen mit verschiedensten Herkunft⁸⁰¹ – wie man dies ermitteln will, wenn die Herkunft weder beachtet noch erhoben wird, erscheint ebenfalls fragwürdig. So ergibt sich der Eindruck, dass hier weniger Gleichberechtigung als viel mehr ein fehlendes Interesse an der Thematik das zentrale Motiv für diese Art des Umgangs ist.

Der Geschäftsführer von *ServusTV*, Martin Blank, ortet keine reale Abbildung der Gesellschaft durch die Massenmedien, weil dies gar nicht möglich sei. Dies ließe sich auch an der (fehlenden) Präsenz bestimmter Teile der Gesellschaft in den Medien festmachen: „Weil es gibt einfach gesellschaftliche Gruppen, die quantitativ vielleicht eine relative Größe haben, aber medial weniger abgebildet werden und gesellschaftliche Gruppen (...), die einen höheren Öffentlichkeitshebel haben, weil sie vielleicht insgesamt eine breitere Wirkung haben für die Gesellschaft insgesamt.“⁸⁰² Aus der Sicht des *ServusTV*-Geschäftsführers geht es in den Darstellungen der Massenmedien nicht um die quantitativ exakte Abbildung der Gesellschaft.

⁸⁰⁰ Martin Gastinger, 36-39.

⁸⁰¹ Vgl. Martin Gastinger, 26-27.

⁸⁰² Martin Blank, 21-24.

Bei *Puls4* nimmt man ebenfalls keine adäquate Abbildung der Gesellschaft in den Massenmedien wahr. Begründet sei dies mitunter im Selbstverständnis der europäischen Gesellschaft als homogen, christlich und weiß.⁸⁰³ Informationschefin Corinna Milborn stellt eine positive Entwicklung in den vergangenen zehn Jahren fest.⁸⁰⁴ Die Situation in Österreich nimmt sie als nicht negativer als in anderen Ländern wahr, nur sei die Entwicklung hin zu einem Selbstverständnis als Einwanderungsgesellschaft hier später vonstatten gegangen.⁸⁰⁵

Auch Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des ORF sieht die Gesellschaft nicht adäquat in den Massenmedien abgebildet, ortet in diesem Zusammenhang vor allem Bedarf an mehr weiblicher Expertise. Dabei handle es sich um seinen subjektiven Standpunkt.⁸⁰⁶ Interessant ist die Erwähnung fehlender weiblicher Expertise: Zweifelsohne besteht hier ein Mangel, den es zu beheben gilt, allerdings scheint auch die Expertise von Fachleuten mit Migrationshintergrund nur sehr spärlich eingesetzt. Mitschka erwähnte an anderer Stelle eine Initiative des ORF, ExpertInnen mit Migrationshintergrund in die Kontaktliste der Redaktionen aufzunehmen⁸⁰⁷ – was die Präsenz dieser in den Programmen betrifft, scheint es noch Optimierungspotenzial zu geben.

21.5.4 Strategien für Diversity Management in den Sendern

Die strategische Befassung mit Diversität im Sinne eines Diversity Managements findet in den untersuchten österreichischen TV-Sendern nicht statt. Die Sensibilisierung für Vielfalt im Personal spielt entweder gar keine Rolle oder wird nicht als eigenständiges Thema in einem strategischen Ansatz behandelt - wie dies etwa in Ansätzen des Diversitätsmanagements verfolgt wird. In diesen Ansätzen wird die aktive Auseinandersetzung mit Diversität im Personal und entsprechende Maßnahmen, diese zu fördern, betont.⁸⁰⁸

Beim Privatsender *ServusTV* wird versucht die Kernverbreitungsgebiete des Senders abzubilden. Dabei steht für Geschäftsführer Martin Blank aber weniger die exakte Repräsentation im Personal im Vordergrund, sondern das Know-How über den Kernmarkt, „deshalb haben wir darauf geachtet, dass wir zumindest unsere Kernverbreitungsgebiete – Deutschland, Österreich und Schweiz – hier auch abbilden und ob aber dann ein Deutscher über Deutschland viel weiß oder ein Schweizer über Deutschland viel weiß, ich suche nur

⁸⁰³ Vgl. Corinna Milborn, 26-29.

⁸⁰⁴ Vgl. Corinna Milborn, 26.

⁸⁰⁵ Vgl. Corinna Milborn, 30-32.

⁸⁰⁶ Vgl. Konrad Mitschka, 722-753.

⁸⁰⁷ Vgl. Konrad Mitschka, 145-150.

⁸⁰⁸ Vgl. Bendl, Diversität, S. 15.

Know-How über Deutschland und (...) wo der herkommt, ist mir wurscht.“⁸⁰⁹ *ServusTV* verfolgt keine Diversity Management-Strategie, positioniert sich aber als offenes Unternehmen in einem Konzern, in dem die Vielfalt an Kulturen geschätzt werde. Bei *Red Bull* als global agierendem Konzern wisse man, „dass die Vielfalt der Kulturen eigentlich die richtige Essenz gibt.“⁸¹⁰ Diese „Vielfalt der Kulturen“, die im Konzern *Red Bull* gelebt werde, scheint beim Sender *ServusTV* in dieser Form nicht zu existieren: Sowohl die Interviews mit RedakteurInnen als auch das Gespräch mit Geschäftsführer Martin Blank deuten daraufhin, dass MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund zu einem großen Teil aus Deutschland stammen – was sich einerseits aus dem Markt, den der Sender bedient, und andererseits aus der Nähe zu Deutschland ergibt. Die Vielfalt, die in den Redaktionen besteht, scheint demnach weniger auf einen offenen Umgang mit Diversität als vielmehr auf Ausrichtung und Standort des Senders zurückführen zu sein.

Bei *Puls4* wird argumentiert, der Sender benötige kein spezielles Programm für Diversität. Im Gegensatz zu anderen Medienunternehmen brauche man bei *Puls4* nicht um Diversität zu kämpfen, schilderte die Informationschefin Corinna Milborn: „Also beim *ORF* finde ich ist es anders oder auch im *News*-Verlag, wo ich vorher war, ist es anders – da muss man wirklich ganz gezielt darum kämpfen. Das muss ich da weniger.“⁸¹¹ Den fehlenden Bedarf an einer Diversitätsstrategie führt Milborn auf die Führungsebene bei *Puls4* zurück: Die Management-Ebene anderer Medienunternehmen sei von weißen Männern mittleren Alters dominiert, die auch in der Personalauswahl ihresgleichen bevorzugen würden. Dies sei beim Sender *Puls4* nicht der Fall: „Und deshalb ist es, auf eine – finde ich – sehr angenehm unverkrampfte Weise normal, dass sowohl in der Redaktion als auch im Bild, als auch in der Werbung für den Sender Migrationshintergrund nicht hervorgestrichen werden soll (...), sondern einfach als Normalität mitläuft.“⁸¹² Sie selbst verfolge das Ziel, Diversität so widerzuspiegeln, wie dies in der Realität der Fall sei – aber ohne Programm.⁸¹³ Werden bei *Puls4* auch die Vorteile einer dieser hervorgehoben, so kann diese nur funktionieren, wenn sich die MitarbeiterInnen – auch ohne Programm – dem Diversitätsgedanken verpflichten. Dass dies offenbar nicht auf allen Ebenen der Fall ist, zeigten die Aussagen einer TV-Redakteurin mit Migrationshintergrund, bei der überlegt wurde, sie wegen ihres „auffälligen“ Aussehens nicht vor der Kamera zu

⁸⁰⁹ Martin Blank, 88-93.

⁸¹⁰ Martin Blank, 309-310.

⁸¹¹ Corinna Milborn, 120-122.

⁸¹² Corinna Milborn, 81-85.

⁸¹³ Vgl. Corinna Milborn, 86-88.

positionieren.⁸¹⁴ Diese Schilderung zeigt die Schwierigkeit auf, ohne eine strategische Implementierung von Diversity Management ein derartiges Konzept auf allen Ebenen zu leben.

Für den TV-Sender *ATV* existiert die Thematik nicht – weder in Hinblick auf die Personalneueinstellungen noch bei der Frage, welcheR MitarbeiterIn welches Thema behandelt.⁸¹⁵ Dementsprechend wird die Herkunft der MitarbeiterInnen nicht thematisiert. Selbst wenn Fähigkeiten aufgrund des Migrationshintergrundes vorhanden sind, spielt dies keine Rolle für den Sender.

Der *ORF* als öffentlich-rechtlicher Sender sieht seine Strategie im Programmauftrag verankert. Der gesetzliche Auftrag würde das Unternehmen in mehreren Punkten verpflichten, ein eigenes Dokument beziehungsweise eine eigene Strategie zur Integration von MigrantInnen existiert laut Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* allerdings nicht: „Sie finden das verstreut, aber es gibt kein Dokument, das ich ihnen jetzt geben könnte, wo da drauf steht *Zielgruppe Migranten, Migrantinnen, Identität Österreich Neu*, bitte lesen und das ist es. Das gibt es nicht.“⁸¹⁶ Der *ORF* verfolgt damit hinsichtlich der Integration von Personen mit Migrationshintergrund einen anderen Weg als etwa der *WDR* in Deutschland, der über einen eigenen Integrationsbeauftragten verfügt und den Anteil der MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund erhebt. Im *ORF* beruft man sich dagegen auf den Diskurs: „Also ich glaube wir müssen eben diesen Diskurs sicher stellen und das machen wir auf ganz verschiedene Arten und Weisen. Auch wieder nicht so, dass ich mich jetzt herstellen könnte und sagen könnte, *Na da werden sie aber staunen und jetzt werden sie sagen, das ist super und machen sie ewig so weiter und da gibt es nichts mehr zu verbessern*. Aber wir tun’s halt.“⁸¹⁷ Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Österreich setzt bei der Frage der Integration von Personen mit Migrationshintergrund nicht auf Maßnahmen, die explizit die Förderung von MigrantInnen in den Vordergrund stellen, sondern versucht laut den Angaben des *Public Value-Kompetenzzentrums* über verschiedene Einzelmaßnahmen das Bewusstsein für die Thematik zu schärfen. So gibt es etwa in einzelnen Landesstudios Bemühungen bei journalistischen Straßen-Meinungsumfragen auch Personen mit Migrationshintergrund vermehrt zu Wort kommen zu lassen. Auch Debatten und Themensendungen würden zur

⁸¹⁴ Vgl. P. G, 116-117.

⁸¹⁵ Vgl. Martin Gastinger, 89-91.

⁸¹⁶ Konrad Mitschka, 98-100.

⁸¹⁷ Konrad Mitschka, 243-248.

Sensibilisierung beitragen. Aus Sicht von Konrad Mitschka funktioniert der Zugang des Senders: „Mir kommt das so vor wie ein Blumenfeld und auf einmal geht es überall auf.“⁸¹⁸

Die Problematik einer derartigen Vorgangsweise liegt – ähnlich wie beim Sender *Puls4* – in der fehlenden Überprüfbarkeit. Da der *ORF* keinerlei Erhebungs- oder Steuerungsinstrumente verwendet, bleibt es undurchsichtig, ob dieses „Blumenfeld“ tatsächlich „aufgeht“. Das *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* argumentiert mit dem Diskurs und einem unnötigen Vordringen in private Angelegenheiten der MitarbeiterInnen, sollten Daten wie der Migrationshintergrund erhoben werden. Zugleich könnte das Vorgehen des *ORF* als inkonsequenter Weg ausgelegt werden. Es gibt zwar grundsätzlich eine Linie im Unternehmen, diese wird allerdings nicht festgeschrieben. Zudem existieren keinerlei Steuerungsinstrumente. Man strebt nach einem adäquaten Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund im Unternehmen und will diese gezielt ansprechen, erhebt das Merkmal „Migrationshintergrund“ aber nicht. MigrantInnen sollten grundsätzlich Teil der Zielgruppe sein, man spricht sie aber nicht gezielt an.

Auch eine Quote für Personen mit Migrationshintergrund lehnt Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* ab. Zwar seien Quoten in Hinblick auf Geschlechterfragen sinnvoll, weil damit Diskriminierung verhindert werden könnte. Bei Menschen mit Migrationshintergrund würden diese aber nicht funktionieren, weil die Gruppe zu heterogen sei.⁸¹⁹ Quoten für Personen mit Migrationshintergrund sind aus der Sicht von Mitschka vor allem in Medienunternehmen die falsche Maßnahme, da meist bildungsferne Schichten mit fehlender Sprachperfektion betroffen seien: „Jetzt haben wir gerade als Medium, das sich über Sprache ausdrückt ein Problem, weil sozusagen ich kann nicht jemanden der nicht Deutsch kann – um es ganz verkürzt zu sagen – die *ZIB* präsentieren lassen. Das geht nicht.“⁸²⁰ In dieser Aussage wird einmal mehr deutlich, wie sehr der Migrationshintergrund mit fehlender Sprachperfektion assoziiert wird. Hier wird angenommen, dass vor allem Personen mit geringer Qualifikation und mangelnder Sprachkenntnis von Barrieren im Journalismus betroffen seien.

21.5.5 Die Präsenz von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in den TV-Sendern

Die untersuchten TV-Unternehmen verfügen allesamt nicht über Daten zum Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund. Diese werden nicht erhoben – zum einen aus

⁸¹⁸ Konrad Mitschka, 178-179.

⁸¹⁹ Vgl. Konrad Mitschka, 379-385.

⁸²⁰ Konrad Mitschka, 409-411.

fehlendem Interesse an der Herkunft der MitarbeiterInnen, zum anderen aufgrund einer vermuteten Störung der Privatsphäre. Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* argumentiert, der Arbeitgeber dürfe keine Wertung aufgrund der Herkunft treffen: „Der Geburtshintergrund von mir, hoffe ich, interessiert ihn genau überhaupt nicht, weil was hat das mit mir sozusagen als leistungsfähige oder nicht fähige Person zu tun.“⁸²¹

Bemerkenswert ist dies angesichts der Tatsache, dass in Bewerbungen des *ORF* – etwa für die Radioredaktionen – gezielt Personen mit Migrationshintergrund angesprochen werden: Bei gleicher Qualifikation würden Personen mit Migrationshintergrund bevorzugt.⁸²² Diese Vorgangsweise erscheint allerdings widersprüchlich in Anbetracht dessen, dass im *ORF* der Migrationshintergrund nicht erhoben wird. Um zu entscheiden, ob ein/-e BewerberIn in Anbetracht ihrer Herkunft eine größere Chance für die Aufnahme hat, muss diese erst einmal ermittelt werden. Damit führt sich die Argumentation Mitschkas, der Arbeitgeber habe nicht nach dem Migrationshintergrund zu fragen, ad absurdum.

Da die Medienverantwortlichen über keinerlei Daten zum Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund verfügen, konnten sie zum Teil die Diversität im Unternehmen nicht beurteilen. *ATV*-Geschäftsführer Martin Gastinger wollte dazu keine Schätzung abgeben.⁸²³

Im quantitativen Teil dieser Studie hatte allerdings keineR der befragten *ATV*-RedakteurInnen einen Migrationshintergrund, unter den InterviewpartnerInnen im qualitativen Part gab es lediglich eine Person, deren beide Elternteile aus dem Ausland stammen und die somit über einen Migrationshintergrund im engeren Sinn verfügt, ein weiterer Mitarbeiter hat einen im Ausland geborenen Vater. Der *ATV*-Geschäftsführer vermutete in seinem Sender einen hohen Anteil an Diversität und ortete sogar eine gewisse Schwierigkeit, autochthone ÖsterreicherInnen zu finden: „Also wir können und werden nicht hergehen und sagen, dass wir nur Österreicher suchen, die auch immer Österreicher waren. Da wird’s wohl auch nicht viele geben.“⁸²⁴ Angesichts der Tatsache, dass eben in der *ATV*-Redaktion kaum Personen mit Migrationshintergrund ausfindig gemacht werden konnten, erscheint das Argument – keine autochthonen ÖsterreicherInnen mehr zu finden – nicht nachvollziehbar.

Servus TV-Geschäftsführer Martin Blank machte vor allem einen hohen Anteil an deutschen RedakteurInnen im Sender fest: Er schätzte die Verteilung von ÖsterreicherInnen und

⁸²¹ Konrad Mitschka, 340-342.

⁸²² Vgl. ORF: Die ORF Radioinformation sucht Lehrredakteur/innen. Im Internet: <http://jobs.orf.at/job409.html> (zuletzt eingesehen am 2.1.2014).

⁸²³ Martin Gastinger, 239-240.

⁸²⁴ Martin Gastinger, 64-66.

Deutschen auf 50 zu 50 Prozent. Abgesehen von deutschen MitarbeiterInnen vermutete Blank wenig Personal mit Migrationshintergrund.

Bei *Puls4* wurde der Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund auf 20 bis 25 Prozent geschätzt.⁸²⁵ Unter den Befragten in der quantitativen Studie hatten 25 Prozent der *Puls4*-RedakteurInnen ausländische Wurzeln, 6,6 Prozent hatten einen Migrationshintergrund. Vor allem unter den ReporterInnen machte Informationschefin Corinna Milborn eine Vielzahl an unterschiedlichen Herkünften fest. Die Vielfalt im Personal entstehe aber weniger durch eine bewusste Auswahl, sondern sei zum einen bedingt durch das junge Alter der MitarbeiterInnen im Sender, zum anderen durch eine bestimmte Grundhaltung zur Thematik.⁸²⁶ Obwohl es keine bewusste Auswahl gebe, achte die Informationschefin des Senders auf eine „gute Mischung“⁸²⁷ an verschiedenen Herkünften und Weltanschauungen. Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* schätzte den Anteil angestellter RedakteurInnen mit Migrationshintergrund unter den TV-MitarbeiterInnen im *ORF-Zentrum* am Küniglberg auf acht Prozent. In der Online-Befragung hatten 19 Prozent der Befragten zumindest einen Elternteil, der im Ausland geboren war. 8,3 Prozent der befragten *ORF*-MitarbeiterInnen sind selbst beziehungsweise deren beide Elternteile im Ausland geboren.

21.5.6 Der Umgang mit der Herkunft von MitarbeiterInnen in den TV-Sendern

Wie bereits aus den Angaben der TV-RedakteurInnen geschlossen werden konnte, wird in den Medienunternehmen kaum auf die Herkunft der MitarbeiterInnen geachtet. Folgt man der Argumentation der Medienverantwortlichen geschieht dies aus der Motivation heraus, alle MitarbeiterInnen gleich behandeln zu wollen beziehungsweise nicht zwischen Personen mit unterschiedlichen sozialen Merkmalen zu trennen. So gab *ServusTV*-Geschäftsführer Martin Blank an, die Herkunft seiner MitarbeiterInnen sei ihm egal, die Kompetenz der RedakteurInnen stehe ihm Vordergrund: „Wir haben eine Aufgabe definiert, die zu lösen ist, wir haben Tasks definiert, die bearbeitet werden müssen und derjenige, der oder diejenige, die sie bearbeitet, muss dafür halt ausgebildet sein oder auch die Passion dafür haben. Und ob (...) (der, Anm.) jetzt einen Migrationshintergrund hat oder nicht, ist mir eigentlich egal.“⁸²⁸

ATV-Geschäftsführer Martin Gastinger machte ebenso deutlich, dass die Herkunft seiner MitarbeiterInnen keine Relevanz habe. Auch wenn diese in Form von Sprachkenntnissen oder

⁸²⁵ Vgl. Corinna Milborn, 135.

⁸²⁶ Vgl. Corinna Milborn, 50-52, 58.

⁸²⁷ Corinna Milborn, 111-112.

⁸²⁸ Martin Blank, 65-68.

anderen interkulturellen Kompetenzen deutlich wird, werden die ausländischen Wurzeln nicht thematisiert.⁸²⁹

Puls4-Informationschefin Corinna Milborn gab an, bei der Zusammenstellung der Redaktion darauf zu achten, eine Vielzahl an Weltanschauungen vertreten zu haben. Dieser Ansatz funktioniere bisher ohne ein Programm,⁸³⁰ was Milborn auf das Alter von Personal und Publikum zurückführt. Im Arbeitsalltag würden ausländische Wurzeln als Vorteil gewertet, von Seiten des Senders wird nicht gezielt gefördert, diese auch einzusetzen: „Ich möchte nicht, dass die Redakteure mit Migrationshintergrund auf ihre Community beschränkt werden, also die sollen nicht Community-Journalismus machen, weil das auch so eine Falle ist.“⁸³¹ Dennoch würde jemand, der Türkisch spricht, eher für einen Beitrag über die Proteste in der Türkei eingesetzt.⁸³² Die Angaben der *Puls4*-Informationschefin machen die Problemstellungen beim Einsatz interkultureller beziehungsweise migrationsspezifischer Kenntnisse deutlich: So bringen die Kompetenzen – wenn eingesetzt – Vorteile, stellen die Fernsehsender jedoch vor die Herausforderung, JournalistInnen mit Migrationshintergrund nicht auf ihre Herkunft zu reduzieren.

Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* stellte klar, dass der Geburtshintergrund kein Thema für den Arbeitgeber sei. Interkulturelle Kompetenzen würden als Vorteil gesehen, auch wenn sie bei einer Bewerbung nicht im Vordergrund stehen würden: „Es ist kein Kriterium, das wir hart abtesten.“⁸³³ Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang die Tatsache, dass laut Mitschka bei mehreren PraktikantInnen der Migrationshintergrund erst nach zwei Monaten durch Zufall bekannt wurde. Im Aufnahmeverfahren – in diesem Fall: im Aufnahmeverfahren für PraktikantInnen – scheint dieser Aspekt demnach ignoriert zu werden, was es schwierig für BewerberInnen machen dürfte aus ihren interkulturellen Kompetenzen einen Vorteil zu generieren.

Anhand dieses Beispiels offenbart sich die Schwierigkeit im Umgang mit ethnischer Diversität: Einerseits wird argumentiert durch die Nichtbeachtung der Herkunft Chancengleichheit zu schaffen, andererseits werden damit die Chancen, die durch Diversität im Personal geschaffen werden können, ignoriert. Werden interkulturelle Kompetenzen nicht dezidiert ins Qualifikationsprofil der Unternehmen integriert, erscheinen sie wertlos.

⁸²⁹ Vgl. Martin Gastinger, 89-91.

⁸³⁰ Vgl. Corinna Milborn, 115-119.

⁸³¹ Corinna Milborn, 269-271.

⁸³² Vgl. Corinna Milborn, 275-277.

⁸³³ Konrad Mitschka, 544-545.

21.5.7 Sichtbare Diversität im Fernsehen

Im Umgang von TV-Sendern mit sichtbarer Diversität spielt das Publikum eine bedeutende Rolle. So werden die Medienunternehmen in Hinblick auf die Einschaltquoten kaum Inhalte präsentieren, die beim Publikum auf negatives Feedback stoßen. Eine TV-Redakteurin vermutete eine Irritation des Publikums, sollte eine dunkelhäutige Person ein Nachrichtenformat des Alpenraums moderieren.⁸³⁴ *ServusTV*-Geschäftsführer Martin Blank ortete diesbezüglich tatsächlich eine Barriere im Kopf der ZuschauerInnen bei Personen mit sehr dunkler Hautfarbe: „Ich glaube, dass sie da mitgehen würden, aber der Grundwiderstand – nämlich *Ich habe eine bestimmte Erwartungshaltung, ich habe ein bestimmtes Rollenbild von irgendetwas und es wird ganz klassisch gebrochen*, heißt zunächst mal Widerstand im Kopf. Den müsste man auflösen und das ist ein schwieriges Unterfangen.“⁸³⁵ Dennoch machte Blank Fortschritte fest: Vor zehn Jahren sei die Präsenz sichtbarer Minderheiten in TV-Medien weit schwieriger gewesen als es gegenwärtig der Fall ist. Heute verzeichnet er kein negatives Feedback.

In einem weiteren Interview mit einem TV-Redakteur wurde eine *ORF*-Journalistin mit dunkler Hautfarbe als „Rarität“ bezeichnet.⁸³⁶ Konfrontiert mit dieser Aussage sah Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* den Grund nicht nur in der mangelnden Präsenz von Menschen mit dunkler Hautfarbe in den österreichischen TV-Medien, sondern auch darin, dass diese auch in der österreichischen Gesellschaft kaum vertreten seien.⁸³⁷ Die Bedeutung der Präsenz von Menschen unterschiedlicher Herkunft im Fernsehen unterstrich Konrad Mitschka im Zusammenhang mit Role Models. Deren Repräsentanz sei aber nicht nur auf non-fiktionale und selbst produzierte Formate zu reduzieren. Mitschka nannte amerikanische Formate als Beispiel dafür, wie selbstverständlich mit Diversität umgegangen werden kann und dass dies wiederum Auswirkungen auf die Wahrnehmung des österreichischen Publikums haben könnte.⁸³⁸

Corinna Milborn von *Puls4* schrieb Medien hinsichtlich der Konstruktion von gesellschaftlicher Realität und der Bilder, die Fernsehen schafft, eine große Rolle zu. Insofern überrascht es, dass im Sender – laut den Angaben von Milborn – nur eine Person mit engerem Migrationshintergrund moderiert. Hierin zeigt sich wohl auch der Nachteil eines fehlenden strategischen Ansatzes: Offensichtlich reicht im Bereich sichtbarer Diversität eine positive

⁸³⁴ Vgl. P. J, 183-188.

⁸³⁵ Martin Blank, 241-245.

⁸³⁶ Vgl. P. H, 144-146.

⁸³⁷ Vgl. Konrad Mitschka, 670-674.

⁸³⁸ Vgl. Konrad Mitschka, 650-655.

Haltung gegenüber der Thematik nicht aus, um tatsächlich auch mehr Menschen mit ausländischen Wurzeln vor der Kamera zu positionieren. Gerade angesichts der von Milborn angenommenen Scheu von Personen mit Migrationshintergrund in derartigen Positionen zu agieren,⁸³⁹ scheint es eine gezielte Förderung zu benötigen. In Hinblick auf das Unterhaltungsprogramm erwähnte die *Puls4*-Informationschefin die Model-Show *Austria's Next Topmodel*: Drei Gewinnerinnen dieses Formats hatten ausländische Wurzeln. Zudem gab es die bereits von mehreren RedakteurInnen erwähnte Kampagne mit dem Fußballer David Alaba. Auf die Frage, ob ein Plakat mit dem Fokus auf Diversität auch entstanden wäre, wenn David Alaba nicht einen derartig großen Erfolg hätte, gab Corinna Milborn an, dass dies natürlich auch aus der Situation heraus entwickelt worden sei – aber durchaus bewusst: „Natürlich ist das Plakat kein Zufall, wenn drei Leute mit schwarzer Hautfarbe darauf sind. Das war natürlich schon um zu sagen – ohne großen Holzhammer: *So schauen Österreichs Stars aus*.“⁸⁴⁰

21.5.8 Aufnahmeprozess und Qualifikationsprofil der TV-Sender

Der Aufnahmeprozess neuer MitarbeiterInnen verläuft in den untersuchten TV-Sendern völlig unterschiedlich: Während der *ORF* Assessment Center veranstaltet, werden die Bewerbungen beim Sender *ServusTV* von zwei Abteilungen beurteilt, beim Privatsender *ATV* verläuft die Rekrutierung neuer MitarbeiterInnen hingegen auf informellerem Weg, ebenso wie beim Sender *Puls4*.

Bei *ServusTV* sind die jeweilige Fachabteilung und die *Human Resources*-Abteilung für die Bewerbungen zuständig. Wird eine Bewerbung positiv bewertet, wird die Person zum Bewerbungsgespräch geladen. Für die Auswahl neuer ModeratorInnen finden Castings statt. Was das Qualifikationsprofil betrifft, so stellen für *ServusTV*-Geschäftsführer Martin Blank die Ausbildung und eine Passion für die Tätigkeit bedeutende Faktoren dar. Wie bereits anhand der strategischen Ausrichtung erläutert, verfolgt der Sender das Ziel, die Kernverbreitungsgebiete abzubilden, dementsprechend wird auch Know-How zu diesen Gebieten geschätzt – was nicht unbedingt bedeuten muss, dass die MitarbeiterInnen aus dem Gebiet stammen: „Die Wahrscheinlichkeit ist nur größer, dass ein Deutscher über Deutschland mehr weiß und insofern gibt es da vielleicht, gibt es da eine gewisse Korrelation,

⁸³⁹ Vgl. Corinna Milborn, 222-224.

⁸⁴⁰ Corinna Milborn, 392-394.

no na.“⁸⁴¹ Das Wissen über bestimmte Regionen wird demnach durchaus positiv bewertet, interkulturelle Kompetenzen an sich wurden nicht explizit erwähnt.

Beim Privatsender *ATV* verhält es sich bei der Rekrutierung von ModeratorInnen ähnlich wie bei *ServusTV*: Die AnwärterInnen werden bei Castings vor der Kamera getestet. Nur in der Nachrichtenredaktion werden ModeratorInnen häufig aus dem Pool an RedakteurInnen ausgewählt. Die Auswahl von RedakteurInnen verläuft auf informellem Weg: Indem PraktikantInnen sich etwa im Sender etablieren können und bei Freiwerden einer Stelle diese besetzen. Die PraktikantInnen sind zumeist von Fachhochschul-Studierende bzw. AbsolventInnen. Als Qualifikationen zählen für *ATV*-Geschäftsführer Martin Gastinger Fähigkeiten, Leidenschaft und ein Talent dafür sich verkaufen zu können. Interkulturelle Kompetenzen stellen kein Kriterium dar und werden als solche im Sender nicht beachtet.⁸⁴²

Die Auswahl von RedakteurInnen stellt sich beim Privatsender *Puls4* ähnlich wie bei *ATV* dar: Es gebe hier keinen definierten Aufnahmeprozess. Neue RedakteurInnen kommen über Praktika und haben zuvor Fachstudien oder eine entsprechende Ausbildung absolviert. Andere werden abgeworben.⁸⁴³ Für ModeratorInnen finden Castings statt. Die Problematik derartiger Aufnahmeverfahren zeigt sich gerade bei der von Corinna Milborn erwähnten geringen Anzahl an Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund. Werden auch mehr Bewerbungen von RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln angestrebt, so kann nicht darauf reagiert werden, da es keine Stellenausschreibungen bei dem Sender gibt, in denen man besonders MigrantInnen ansprechen könnte.⁸⁴⁴ Begründet wird der Verzicht auf Stellenausschreibungen mit einem hohen Aufwand und genügend Initiativ-Bewerbungen. Bewerben sich unterdurchschnittlich viele Personen mit Migrationshintergrund, kann in den meisten Fällen nur auf autochthone Personen zurückgegriffen werden. Bei den ModeratorInnen zeigt sich die Dominanz autochthoner ProtagonistInnen deutlicher – hier dürfte zum einen eine Zurückhaltung der Personen mit Migrationshintergrund, zum anderen aber auch die fehlende gezielte Ansprache von Menschen mit ausländischen Wurzeln entscheidend sein.

Im *ORF* werden für die Aufnahme neuer MitarbeiterInnen *Assessment Center* durchgeführt. Interkulturelle Kompetenzen spielen laut Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* zwar keine explizite Rolle, würden aber wahrgenommen und könnten einen Vorteil darstellen: „Implizit glaube ich schon, dass die Unternehmenskultur des

⁸⁴¹ Martin Blank, 93-95.

⁸⁴² Vgl. Martin Gastinger, 89-92.

⁸⁴³ Vgl. Corinna Milborn, 141-147.

⁸⁴⁴ Vgl. Corinna Milborn, 243.

ORF, damit die Personen die aussuchen, damit die Auswahlverfahren so ausgelegt sind, dass Menschen begünstigt werden, die imstande sind über den eigenen Tellerrand hinauszudenken, zu handeln, zu fühlen.“⁸⁴⁵

Die Qualifikationsprofile machen zum Teil eine fehlende Bedeutung interkultureller Kompetenzen in den TV-Sendern deutlich. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob diese Nichtbeachtung der Herkunft tatsächlich die argumentierte Gleichbehandlung zur Folge hat oder nicht erst recht zu einer Diskriminierung beiträgt. Bärbel Röben stellte deutliche Nachteile für Personen mit Migrationshintergrund in Deutschland durch das gängige Qualifikationsprofil im Journalismus fest: „Journalistische Erfahrungen sind wichtigste Voraussetzung, gefolgt von Hochschulabschluss, fachlicher und sprachlicher Kompetenz („gutes Deutsch“), Volontariat sowie Kontakt- und Teamfähigkeit („muss zu uns passen“). Voraussetzung zur Erfüllung dieses von (vorwiegend männlichen) Deutschen geprägten Kompetenzkanons sind gute Kontakte in die Mehrheitsgesellschaft. (...) Migrationsspezifische Kenntnisse wie Mehrsprachigkeit, interkulturelle Kompetenz oder der Bezug zu einem bestimmten Rezipientenpotenzial sind nicht gefragt.“⁸⁴⁶

Die von Röben angeführten Kriterien gelten auch für den österreichischen Journalismus, wobei ein Hochschulabschluss der BewerberInnen in den TV-Unternehmen nicht dezidiert eingefordert wird. Jedenfalls lässt sich für das Qualifikationsprofil österreichischer TV-Sender festmachen, dass migrationsspezifisches Wissen kaum berücksichtigt wird.

21.5.9 Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund

Werden mögliche Gründe für eine nicht dem Anteil in der Bevölkerung entsprechende Teilhabe von Personen mit Migrationshintergrund am journalistischen Produktionsprozess diskutiert, so wird des Öfteren eine niedrige Anzahl an Bewerbungen von Menschen mit ausländischen Wurzeln in Betracht gezogen. *ServusTV*-Geschäftsführer Martin Blank konnte in seinem Sender keine Auffälligkeiten bei den Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund feststellen: Es gebe weder auffällig viele noch auffällig wenige Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund.⁸⁴⁷

Konrad Mitschka beschrieb die Situation aus der Sicht des *ORF* anders: Die Ansprache bestimmter Gruppen sei durchaus schwierig. Der *ORF* versieht Stellenausschreibungen für Radio-RedakteurInnen mit dem Vermerk „Bei gleicher Qualifikation werden Personen mit

⁸⁴⁵ Konrad Mitschka, 537-540.

⁸⁴⁶ Röben, *Migrantinnen*, S. 272.

⁸⁴⁷ Vgl. Martin Blank, 128-130.

Migrationshintergrund bevorzugt.“⁸⁴⁸ Inserate hätten allerdings wenig Erfolg gebracht, resümierte Mitschka. Deswegen versuche man mittlerweile die Ansprache von Personen mit Migrationshintergrund über MigrantInnen-Communities: „Mir kommt vor, dass die intelligenteste Idee die ist, dass man sozusagen über Vertreter und Vertreterinnen der Community hier Mundpropaganda macht.“⁸⁴⁹

Die Angaben von Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des ORF machen Fortschritte bei der Ansprache von MigrantInnen deutlich – zumindest zeigen sie den Willen, Veränderungen zu erwirken. Diese Maßnahmen müssen allerdings konsequent verfolgt werden, indem nicht nur bei Ausschreibungen, sondern auch bei der Aufnahme ins Unternehmen möglichst auf Vielfalt in der Belegschaft geachtet wird. Nur dadurch kann sich die Sensibilität für die Thematik – die im ORF gegeben scheint – in tatsächlichen Handlungen niederschlagen.

Auch beim Sender *Puls4* beklagte man eine niedrige Anzahl an BewerberInnen mit Migrationshintergrund. Die Informationschefin des Senders, Corinna Milborn, bewertete diese als „unterdurchschnittlich“: „Also ich habe praktisch keine Bewerbungen. Also wenn, dann hole ich sie mir sofort und freue mich sofort und picke sie sofort raus.“⁸⁵⁰ Die Gründe für die geringe Anzahl an Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund vermutet Milborn zum einen in der Führungsebene im Journalismus, zum anderen in den Hemmungen der JournalistInnen mit Migrationshintergrund: „Leute mit Migrationshintergrund haben größere Hemmungen und dann vor der Kamera als Moderator von einer Nachrichtensendung ist halt etwas, (...) wo man denkt, dass Sprache, Hintergrund und Wissen übers Land ganz, ganz wichtig sind und wo Leute sich auch selber ausschließen.“⁸⁵¹ Eine Möglichkeit, Personen mit Migrationshintergrund anzusprechen, sieht Milborn etwa in Role Models: So würde etwa für ExpertInnenrollen versucht, auf Menschen mit ausländischen Wurzeln zurückzugreifen.⁸⁵² In diesem Zusammenhang stellt aber vor allem die niedrige Zahl an ModeratorInnen ein Problem dar: Denn gerade hier könnten Personen mit Migrationshintergrund als bedeutende Vorbilder dienen.

⁸⁴⁸ Vgl. ORF, Radioinformation.

⁸⁴⁹ Konrad Mitschka, 582-584.

⁸⁵⁰ Corinna Milborn, 234-237.

⁸⁵¹ Corinna Milborn, 222-226.

⁸⁵² Vgl. Corinna Milborn, 341-346.

21.5.10 Mögliche Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund im TV-Journalismus

Die Bewertung möglicher Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund beim Einstieg in den Journalismus-Beruf beziehungsweise im Beruf fällt bei den Medienverantwortlichen höchst unterschiedlich aus: *ATV*-Geschäftsführer Martin Gastinger sah keine Barrieren für RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in seinem Sender. Auch bei der Bewertung der gesamten Medienbranche in Österreich konnte Gastinger keine Gründe für eine mögliche nicht dem Anteil in der Bevölkerung entsprechende Repräsentanz von Personen mit Migrationshintergrund festmachen. Der *ATV*-Geschäftsführer bezeichnete Österreich als „extrem liberales Land“⁸⁵³, in dem jedeR eine Chance habe.⁸⁵⁴ So barrierefrei wie von Gastinger argumentiert, gestaltet sich der Arbeitsmarkt in der Realität keineswegs, das zeigt sich bereits beim Einstieg in das Berufsleben. Eine Studie des Instituts für Soziologie der Universität Wien setzte sich mit den Bewerbungen von AkademikerInnen mit Migrationshintergrund auseinander. Dabei wurde deutlich, dass Personen mit ausländischen Wurzeln im Bewerbungsprozess durchaus Nachteile haben. So müssen BewerberInnen mit Migrationshintergrund im Schnitt 17,5 Bewerbungen für ein Vorstellungsgespräch schicken, bei den AkademikerInnen ohne Migrationshintergrund waren es 9,5 Bewerbungsschreiben. Im Job bekommen AbsolventInnen mit Migrationshintergrund im Schnitt um fünf Prozent weniger Gehalt.⁸⁵⁵ Eine ähnliche Tendenz zeigte die bereits im theoretischen Teil der Arbeit erwähnte deutsche Studie aus dem Jahr 2010, wonach BewerberInnen mit türkischen Namen bei gleicher Qualifikation um 14 Prozent weniger positive Antworten auf ihre Bewerbungen bekamen als jene mit deutschen Namen.⁸⁵⁶ Dies sind lediglich die Barrieren beim Einstieg in ein Unternehmen, Barrieren auf dem Bildungsweg – also dem Weg hin zum Berufsleben – wurden bereits im Kapitel *Sozialstrukturelle Integration* geschildert.

Völlig anders als der *ATV*-Geschäftsführer beurteilt die Informationschefin des Senders *Puls4* die Situation: Milborn sieht vor allem in der Beschaffenheit der Führungsebenen der österreichischen Medienunternehmen eine Barriere für (angehende) JournalistInnen mit Migrationshintergrund: „Das heißt, wir haben weiße Männer um die 50 in den Führungsetagen und die haben natürlich – das ist ja nicht nur in den Medien so – die Tendenz,

⁸⁵³ Martin Gastinger, 39-40.

⁸⁵⁴ Vgl. Martin Gastinger, 39-40.

⁸⁵⁵ Bundesministerium für Wirtschaft und Forschung: Akademiker/-innen mit Migrationshintergrund bei Arbeitssuche im Nachteil. Im Internet: <http://www.bmwf.gv.at/startseite/das-ministerium/gender-und-diversitaet/veranstaltungen/akademikerinnen-mit-migrationshintergrund-bei-arbeitssuche-im-nachteil/> (zuletzt eingesehen am 9.1.2014).

⁸⁵⁶ Vgl. Kaas und Manger, Discrimination.

dass sie sich selbst reproduzieren.“⁸⁵⁷ Milborn beschreibt das Phänomen des *Self-Clonings*:⁸⁵⁸ Jene Personen, die in den Führungsetagen sitzen, setzen bei der Personalauswahl auf Personen, die ähnliche Eigenschaften wie sie selbst haben. Milborn schilderte, dieses Phänomen in ihrer Berufslaufbahn des Öfteren erlebt zu haben, beim Sender *Puls4* konnte sie eine derartige Tendenz nicht feststellen, da auch die entsprechende Führungsschicht nicht vorhanden sei.⁸⁵⁹ Auf der anderen Seite ortete die Informationschefin des Senders *Puls4* Barrieren, die bei den Personen mit Migrationshintergrund lägen: Hier würden Hemmungen ein Problem darstellen. Auch auf der strukturellen Ebene könnten – etwa hinsichtlich der Bildungschancen – Barrieren festgemacht werden. Der Mangel an Chancengleichheit im Bildungssystem wirke sich gerade in Berufen wie dem Journalismus, die zumeist von Personen aus bildungsnahen Schichten ergriffen würden, aus.⁸⁶⁰ Eine deutsche Studie, die sich unter anderem mit soziodemographischen Merkmalen an JournalistInnenschulen beschäftigte, bestätigte diesen Eindruck. In den Institutionen zeigte sich ein deutlicher Überhang an Personen aus hohen sozialen Schichten. So hatten 71 Prozent der JournalistenschülerInnen mindestens einen Elternteil mit Hochschulabschluss, 68 Prozent der SchülerInnen stammten aus der höchsten in der Studie ermittelten Herkunftsgruppe.⁸⁶¹ Zwar lassen sich diese Ergebnisse nicht eins zu eins auf diese österreichische Situation umlegen, da exklusive Journalisten-Schulen, wie es sie in Deutschland gibt, in Österreich in dieser Form nicht existieren, dennoch macht die Untersuchung fest, welches Profil in journalistischen Ausbildungsstätten gefordert und reproduziert wird. Die Befunde der Studie sind umso interessanter, wenn man bedenkt, dass die TV-Sender bei ihren PraktikantInnen und späteren MitarbeiterInnen auf FachhochschülerInnen zurückgreifen, die ebenfalls durch einen Selektionsprozess gingen. Dabei kann angenommen werden, dass in derartigen Institutionen bei der Auswahl von potenziellen Studierenden auf das gängige Qualifikationsprofil im Journalismus zurückgegriffen wird, das – wie die vorliegende Studie zeigte – kaum auf migrationsspezifische Fähigkeiten oder interkulturelle Kompetenzen Rücksicht nimmt.

ServusTV-Geschäftsführer Martin Blank unterscheidet zwischen dem Umgang im eigenen Unternehmen und möglichen Barrieren in der übrigen Medienbranche: Bei *ServusTV* gebe es weder eine Benachteiligung noch eine Bevorzugung von RedakteurInnen mit

⁸⁵⁷ Corinna Milborn, 61-63.

⁸⁵⁸ Vgl. Kapitel 13.3 *Das vorherrschende Qualifikationsprofil*.

⁸⁵⁹ Vgl. Corinna Milborn, 67-72, 76-77.

⁸⁶⁰ Vgl. Corinna Milborn, 319-329.

⁸⁶¹ Vgl. Lueg, Klarissa: *Habitus, Herkunft und Positionierung. Logik des journalistischen Feldes*. Wiesbaden 2012.

Migrationshintergrund. Man versuche den Einstieg ebenso barrierefrei zu gestalten.⁸⁶² Über einen möglichen nicht adäquaten Anteil von JournalistInnen mit Migrationshintergrund konnte Blank keine Aussage treffen. Sollte dieser Befund zutreffen, vermutete der *ServusTV*-Geschäftsführer als einen möglichen Grund ein geringeres Zutrauen von Personen mit Migrationshintergrund in ihre Sprachfähigkeit: „Weil man muss sich ja auch zutrauen, dass man mit Sprache Geld verdienen kann und mit Wort. Und das setzt eine bestimmte Sprach- und Sprechfertigkeit und Umgang mit Buchstaben voraus.“⁸⁶³ Auch das Elternhaus habe entscheidenden Einfluss auf die Berufsentscheidung. Zugleich sah Blank einen möglichen Zusammenhang mit der Schwierigkeit der TV-Sender im Umgang mit ausländisch klingenden Namen in der Vergangenheit. Heute sei ein diesbezügliches Problem nicht mehr zu bemerken.⁸⁶⁴ Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* sah es als Aufgabe des Senders sicher zu stellen, dass keine Barrieren für (angehende) RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln geschaffen würden und dies auch nach außen zu kommunizieren. Im *ORF* wurde die finanzielle Situation als Herausforderung geortet, die in weiterer Folge zur Barriere für junge JournalistInnen – sowohl autochthone als auch RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln – werden könnte: „Wir haben relativ wenig Junge. Ja, weil wir keine anstellen können. Jetzt hat es aber die Gruppe der Migranten und Migrantinnen so an sich, dass diejenigen, die dann auf einmal könnten, eher jung sein werden.“⁸⁶⁵ Als generelle Barriere für Personen mit Migrationshintergrund ortete Mitschka die sprachlichen Fähigkeiten.

In den Angaben der Medienverantwortlichen zeigt sich die Tendenz, im eigenen Unternehmen einen barrierefreien Einstieg für RedakteurInnen mit Migrationshintergrund zu sehen. Werden jedoch allgemeine Barrieren angesprochen, so werden diese häufig bei den jeweiligen Personen selbst verortet. Ein Beispiel hierfür ist die vermeintlich fehlende Sprachperfektion beziehungsweise Zweifel an den eigenen sprachlichen Fähigkeiten. So werden Schwierigkeiten und Hindernisse auf dem Weg in den journalistischen Beruf zumeist bei den Personen mit Migrationshintergrund gesehen und weniger im Umgang der TV-Sender und den Strukturen des Mediensystems. Auffallend hierbei ist die Tendenz, den Migrationshintergrund sofort mit mangelnder Sprachkenntnis in Zusammenhang zu bringen. Die Problematik fehlender Sprachperfektion kann allerdings keineswegs auf Personen mit Migrationshintergrund reduziert werden. So zeigte sich zwar in der PIRLS-Studie aus dem

⁸⁶² Vgl. Martin Blank, 298.

⁸⁶³ Martin Blank, 191-193.

⁸⁶⁴ Vgl. Martin Blank, 196-198.

⁸⁶⁵ Konrad Mitschka, 802-805.

Jahr 2006, welche die Lesekompetenz von SchülerInnen der vierten Schulstufe erfasst, dass SchülerInnen mit Migrationshintergrund signifikant öfter in der Gruppe mit niedrigen Lesekompetenzen zu finden sind, dies kann aber keinesfalls lediglich auf den Migrationshintergrund zurückgeführt werden. Vielmehr weisen Analysen von BildungsexpertInnen auf die Bedeutung des Bildungsniveaus im Elternhaus und die gemeinsame Lesepraxis hin. Entsprechend handelt es sich hier vor allem um ein soziales Problem, das keineswegs auf den Faktor Herkunft reduziert werden kann.⁸⁶⁶ Die Lesekompetenz stellt generell ein Problem in der österreichischen Bevölkerung dar: Die OECD-Studie „Programme for the International Assessment of Adult Competencies“ stellte bei 17,1 Prozent der ÖsterreicherInnen Schwierigkeiten beim Lesen fest. Als Risikofaktoren wurden hier – neben einer anderen Erstsprache als Deutsch – der Bildungsstand der Eltern und ein höheres Alter der Befragten festgemacht.⁸⁶⁷ Zudem wird bei der Argumentation, MigrantInnen würden aufgrund mangelnder Sprachperfektion beziehungsweise fehlender Qualifikation nicht in den österreichischen Medienunternehmen Fuß fassen, vergessen, dass MigrantInnen überproportional häufig in den niedrigsten und in den höchsten Bildungsschichten vertreten sind.⁸⁶⁸ Gerade bei jenen Personen, die hoch qualifiziert sind, dürften nicht die mangelnden Kompetenzen Barrieren auf dem Weg in den Journalismus darstellen.

Die Aussagen der Medienverantwortlichen weisen vielmehr auf die Annahme genereller Sprachprobleme bei MigrantInnen und das problembehaftete Bild von Personen mit Migrationshintergrund in der Öffentlichkeit hin. Eine Ausnahme unter den Argumentationen der VerantwortungsträgerInnen stellten hier die Angaben von *Puls4*-Informationschefin Corinna Milborn dar, die Hindernisse auch aufgrund der hierarchischen Struktur der Medienunternehmen und den damit einhergehende Mechanismen bei der Personalselektion ortete.

21.5.11 MigrantInnen als Zielgruppe

MigrantInnen werden von den Verantwortlichen der untersuchten TV-Sender nicht als eigene Zielgruppe wahrgenommen. Vielmehr werden sie als Teil des Publikums gesehen, der keine spezifische Ansprache benötigt. *ServusTV*-Geschäftsführer Martin Blank hält eine eigene

⁸⁶⁶ Vgl. Suchaň, Birgit: 4.1 Risikoschüler/innen. In: PIRLS 2006: Die Lesekompetenz am Ende der Volksschule – Österreichischer Expertenbericht. Hg. v. Birgit Suchaň [u.a.]. Graz 2009. Im Internet: <https://www.bifie.at/buch/875/4/1> (zuletzt eingesehen am 19.3.2014).

⁸⁶⁷ Vgl. Statistik Austria: Schlüsselkompetenzen von Erwachsenen. Erste Ergebnisse der PIACC-Erhebung 2011/12. Wien 2013. S. 41 f.

⁸⁶⁸ Vgl. Kapitel 13.1 *Strukturelle Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund*.

Ansprache von MigrantInnen für einen falschen Ansatz. Blank geht von einer ähnlichen Interessenslage von Personen mit Migrationshintergrund, die in dritter Generation in Österreich leben, und autochthonen ÖsterreicherInnen aus.⁸⁶⁹

ATV-Geschäftsführer Martin Gastinger zeigte sich überzeugt davon, mit den Programminhalten des Senders auch MigrantInnen erreichen zu können. Gastinger vermutete, gerade Formate wie *Wir leben im Gemeindebau* würden das Publikum mit Migrationshintergrund ansprechen, da auch einzelne AkteurInnen der Sendung Migrationshintergrund hätten.⁸⁷⁰

Auch beim Privatsender *Puls4* werden MigrantInnen als Teil der Zielgruppe gesehen, da sie in der für den Sender relevanten Gruppe der Unter-50-Jährigen stark vertreten sind. Eigene Programme für Personen mit Migrationshintergrund werden auf *Puls4* derzeit nicht gesendet. Es existiere zwar ein Konzept für ein derartiges Format, die Informationschefin des Senders, Corinna Milborn, war sich aber nicht sicher, ob dieses tatsächlich on-air gehen würde.⁸⁷¹ Derartige Programme würde sie nämlich grundsätzlich lieber vermeiden: „Wenn man ein Magazin nur für Migranten-Kids macht, dann stellt man fest, die gibt es und die haben bestimmte Merkmale und die haben bestimmte Interessen und dann überlegt man sich, was taugt denen und in Wirklichkeit ist es aber sehr schmal. Also ich würde lieber die Gemeinsamkeiten betonen als die Unterschiede.“⁸⁷²

Ein Faktum, das zur fehlenden Zielgruppenansprache von MigrantInnen beitragen dürfte, ist die Methodik der *Teletest*-Messung.⁸⁷³ Im *Teletest*-Panel sind keine MigrantInnen-Haushalte vertreten. Begründet wird dies mit einem zu großen finanziellen und organisatorischen Aufwand.⁸⁷⁴ Die fehlende Präsenz von Personen mit ausländischen Wurzeln in der Messung dürfte Konsequenzen für die Wahrnehmung von MigrantInnen in der TV-Branche haben: Personen mit Migrationshintergrund werden als SeherInnen vernachlässigt, ihre Nutzungspräferenzen bleiben somit für die Werbewirtschaft unklar.

Der *ORF* gab zum Mediennutzungsverhalten von MigrantInnen 2007 eine Studie in Auftrag.⁸⁷⁵ Diese bescheinigte die Nutzung österreichischer Medien durch MigrantInnen,

⁸⁶⁹ Vgl. Martin Blank, 319-323.

⁸⁷⁰ Vgl. Martin Gastinger, 256-260.

⁸⁷¹ Vgl. Corinna Milborn, 441-444.

⁸⁷² Corinna Milborn, 467-471.

⁸⁷³ Der Teletest misst TV-Reichweiten in Österreich.

Vgl. Arbeitsgemeinschaft Teletest: <http://www.agtt.at> (zuletzt eingesehen am 23.01.2014).

⁸⁷⁴ Vgl. Oberösterreichische Nachrichten, Teletest.

⁸⁷⁵ Vgl. Migranten und Fernsehen in Österreich 2007. Hg. v. GfK Austria. Wien 2008. Im Internet: http://mediaresearch.orf.at/c_studien/Migranten_Fernsehen_2007.pdf (zuletzt eingesehen am 02.01.2014).

türkische MigrantInnen würden allerdings Medien aus der Heimat bevorzugen.⁸⁷⁶ Eine gezielte Ansprache dieser Gruppe hielt Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des *ORF* für die falsche Strategie: „Ich bringe ihnen ein Beispiel: Es wäre absurd, glaube ich, würden wir jetzt anfangen, die *ZIB* mit türkischen Untertitel zu senden. Wir könnten ja darüber reden, man könnte hergehen und sagen, *Wäre das nicht eine gute Frage, weil dann hören die Deutsch, lesen Türkisch, dann lernen sie vielleicht Deutsch, schauen sich das eher an.* Ich weiß es nicht.“⁸⁷⁷ Eine gezielte Ansprache von Personen mit türkischen Wurzeln würde wiederum andere Gruppen benachteiligen, der Zugang des *ORF* sei es daher, türkische Namen zur Selbstverständlichkeit werden zu lassen.⁸⁷⁸

Eine Antwort auf die Frage wie sich der Umgang der TV-Sender mit MigrantInnen als Zielgruppe gestalten muss, liefert die Public Value-Studie des *ORF*. In Interviews forderten MigrantInnen die stärkere Präsenz von Personen mit Migrationshintergrund in den Formaten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Das erwähnte Ziel, „türkische Namen zur Selbstverständlichkeit werden zu lassen“ kann dementsprechend nur in Form eines selbstverständlicheren Auftritts von Personen mit Migrationshintergrund als InterviewpartnerInnen, ExpertInnen und RedakteurInnen erfolgen. Dem Anliegen von MigrantInnen mit türkischen Wurzeln, mehr Inhalte aus der Türkei in die Berichterstattung mit einfließen zu lassen, dürfte man durch die Einrichtung eines *ORF*-Büros in Istanbul einen Schritt näher gekommen sein.

21.5.12 Migration und MigrantInnen als Inhalte der Berichterstattung

ServusTV konzentriert sich – wie bereits dargelegt – in der inhaltlichen Ausrichtung auf Traditionen und Selbstverständnis des Alpenraums. Aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen sind nicht vorrangig beziehungsweise würden aus Sicht des *ServusTV*-Geschäftsführers Martin Blank zu kurz greifen, dementsprechend wird kein inhaltlicher Schwerpunkt auf die Themenbereiche Migration und Integration gelegt.

Beim Privatsender *ATV* werden aktuelle Entwicklungen in Zusammenhang mit Migration in den Nachrichtenformaten behandelt. Das gesellschaftliche Zusammenleben gezielt zu thematisieren – mit den damit einhergehenden Herausforderungen – ist für *ATV*-Geschäftsführer Martin Gastinger keine Option. Argumentiert wird dies damit, keine

⁸⁷⁶ Vgl. Konrad Mitschka, 859-862.

⁸⁷⁷ Konrad Mitschka, 887-892.

⁸⁷⁸ Vgl. Konrad Mitschka, 918-923.

Konflikte schüren zu wollen.⁸⁷⁹ Diversität sei dennoch Bestandteil jedes Formats des Senders, da in diversen Reality-Formaten AkteurInnen mit ausländischen Wurzeln auftreten würden.⁸⁸⁰

Eine strategische Überlegung, die Gesellschaft in den Formaten abzubilden, stehe nicht dahinter: „Nein, wir überlegen uns das nicht, weil ich plane die Sendung nicht danach, ob sie auch genug Migranten oder neue Österreicher hat. Ich sage noch einmal, wir sind Unterhaltungsfernsehen und es müssen gute Typen sein, die vorkommen und es müssen interessante Menschen sein, die vorkommen und es muss Spaß machen, das anzuschauen.“⁸⁸¹

Puls4-Informationsschefin Corinna Milborn beschrieb – sowohl für die Nachrichtenformate als auch für die Unterhaltung – das Bemühen, Diversität in den Inhalten des Senders sichtbar zu machen. So würde man versuchen, Personen mit Migrationshintergrund nicht als MigrantInnen, sondern in anderen Rollen, darzustellen und den Islam mit alternativen Bildern zu präsentieren.⁸⁸² Erwähnt wurde Diversität auch in Zusammenhang mit Model-Shows wie *Austria's Next Topmodel*, wo mehrere Gewinnerinnen Migrationshintergrund hatten. Aus der Sicht von Corinna Milborn war es nicht außergewöhnlich, dass bei derartigen Shows drei Personen mit Migrationshintergrund gewannen.⁸⁸³

In diesem Zusammenhang stellt sich viel mehr die Frage, warum bei Modelshows im TV durchaus die Präsenz von Personen mit Migrationshintergrund gegeben ist, die Zahl der Bewerbungen für RedakteurInnen-Posten aber unterdurchschnittlich hoch ist. Der Zusammenhang mit dem Bildungshintergrund ist augenscheinlich, auch die gesellschaftliche Wahrnehmung von Diversität in diesem Kontext dürfte eine Rolle spielen: So wird „exotisches Aussehen“ bei Models durchaus als positiv wahrgenommen, der Migrationshintergrund im Journalismus aber selten als positive Komponente betrachtet.

Das Integrationspotential von Sendungen wie Model-Shows schätzt Konrad Mitschka vom *Public Value-Kompetenzzentrum* des ORF als gering ein. Auch kommerzielle Sendungen, die scheinbar gesellschaftliche Realität abbilden, wären kaum hilfreich: „Ich glaube zum Beispiel es ist überhaupt nicht damit geholfen, wenn man so ähnlich belustigende Dinge macht wie (man, Anm.) sie manchmal im Kommerzfernsehen sieht. Wo ich Leute, die (...) elendigliche Schicksale haben sozusagen der Belustigung preisgebe, also Belehrung.“⁸⁸⁴ Migration als

⁸⁷⁹ Vgl. Martin Gastinger, 114-116.

⁸⁸⁰ Vgl. Martin Gastinger, 40-44.

⁸⁸¹ Martin Gastinger, 266-270.

⁸⁸² Vgl. Corinna Milborn, 342-345, 354-357.

⁸⁸³ Vgl. Corinna Milborn, 206-209.

⁸⁸⁴ Konrad Mitschka, 444-448.

Thematik hält Mitschka nicht für isolierbar, da dies in der Berichterstattung in verschiedensten Zusammenhängen auftreten würde.⁸⁸⁵

Angesichts der Argumentation von *ATV*, die Vielfalt der Gesellschaft in Reality-Formaten abzubilden, stellt sich die Frage nach dem Integrationspotential eines solchen Vorgehens. *ATV*-Geschäftsführer Martin Gastinger argumentierte in einer Podiumsdiskussion, mit Formaten wie *Saturday Night Fever* würde Jugendlichen mit Migrationshintergrund eine Bühne geboten.⁸⁸⁶ Dabei muss die Art der Bühne allerdings hinterfragt werden: Reality-Formate sind „Teil-Inszenierungen“⁸⁸⁷ der Realität, die unter anderem durch Dramatisierung und Stereotypisierung leben.⁸⁸⁸ Wird also vonseiten des Senders argumentiert, mit derartigen Sendungen Diversität abzubilden, so geschieht diese Darstellung durchaus unter der Bedienung von Rollen-Klischees. Anhand des Beispiels der Sendung *Das Geschäft mit der Liebe* im Sender *ATV* lässt sich dies gut darlegen: In dem Format begeben sich österreichische Männer in osteuropäische Staaten, um dort eine Frau zu finden. Mit welchem Frauenbild hier gespielt wird, zeigt die Inhaltsangabe auf der Homepage des Senders: „Sie gelten als besonders freundlich und verführerisch, manch österreichischer Macho bezeichnet sie als besonders pflegeleicht: Frauen aus Russland, der Ukraine, der Slowakei oder aus Rumänien.“⁸⁸⁹ Die Sendung ist eine Doku-Satire: Wenn auch die Vorstellungen der Männer von osteuropäischen Frauen zum Teil humorvoll hinterfragt werden, so wird mit derartigen Formaten dennoch zur Reproduktion stereotyper Darstellungen vom „Osten“ und den „Ost-Frauen“ beigetragen.⁸⁹⁰

Der Zugang des *ORF* kann insofern hinterfragt werden, als dass Sendungen wie die *Barbara Karlich Show* als förderlich für das gesellschaftliche Zusammenleben bewertet werden,⁸⁹¹

⁸⁸⁵ Vgl. Konrad Mitschka, 489-493.

⁸⁸⁶ Vgl. Zelechowski, Eva: (K)ein Abbild der Gesellschaft. Im Internet: http://www.wienerzeitung.at/themen_channel/wz_integration/gesellschaft/577538_Kein-Abbild-der-Gesellschaft.html (zuletzt eingesehen am 9.1.2014).

⁸⁸⁷ Neuberger, Christoph: Was ist neu am neuen Fernsehen? In: *Medium* Nr. 2, S. 67-71. S. 69.

⁸⁸⁸ Vgl. Klaus, Elisabeth und Lücke, Stephanie: Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 2003/2. S. 195-212. S. 209 f.

⁸⁸⁹ *ATV*: Das Geschäft mit der Liebe – Frauen aus dem Osten. Im Internet: <http://atv.at/contentset/627937-das-geschaeft-mit-der-liebe-1> (zuletzt eingesehen am 9.1.2014).

⁸⁹⁰ Der Kommunikationswissenschaftler Peter Vitouch kritisierte in einem Interview mit der *Austria Presse Agentur* das Format *Das Geschäft mit der Liebe* in Hinblick auf die Darstellung osteuropäischer Frauen. Vgl. pwi/bru/whl: Trinkende Jugend, schwangere Teenager - "Dosis im TV wird verstärkt". In *APA* vom 6.5.2010.

⁸⁹¹ Vgl. Konrad Mitschka, 716-719.

kommerzielle Formate – die wohl die eine oder andere Parallele zum genannten Format aufweisen⁸⁹² – dahingehend aber kritisiert werden.

21.5.13 Conclusio

Ethnische Diversität ist in den privaten österreichischen TV-Sendern nur in seltenen Fällen von Bedeutung – das wurde in den Aussagen der Medienverantwortlichen deutlich. Auch wenn zum Teil eine Sensibilität für die Thematik gegeben ist, so äußert sich dies nicht in Form konkreter Strategien beziehungsweise eines dahingehenden Programms. Die Sender gehen vielmehr davon aus, dass sich dieses Thema von selbst regelt, Diversität sich von selbst einstellt – verteidigt wird diese Haltung damit, niemanden hervorheben und damit wieder Gruppen schaffen zu wollen.

Aber auch Desinteresse der Thematik gegenüber konnte festgestellt werden – was sich im Umgang mit Vielfalt in den Unternehmen niederschlagen dürfte. Wenn der Diversity-Gedanke nicht verankert ist, werden die positiven Effekte bei Bewerbungen nicht beachtet und entsprechend nicht danach potenzielle MitarbeiterInnen ausgewählt.

Eine tatsächliche Strategie im Sinne des Diversity Management konnte in keinem der Medienunternehmen festgestellt werden. Auch beim öffentlich-rechtlichen *ORF*, der sich durchaus mit der Thematik beschäftigt, wird kein derartiges Programm verfolgt. Vielmehr sind es Einzelmaßnahmen, mit denen der Sender zur medialen Integration von Personen mit Migrationshintergrund beitragen will. Dabei konnten Widersprüchlichkeiten im Zugang des öffentlich-rechtlichen Rundfunks festgemacht werden: Etwa wenn eben Personen mit Migrationshintergrund mit Jobausschreibungen gezielt angesprochen werden sollen, doch die Herkunft im Unternehmen gar nicht erfasst wird. Beim Privatsender *Puls4* sind ebenfalls Sensibilisierung und ein dahingehendes Commitment vorhanden, ein Programm für Diversität wird nicht verfolgt, da ein solches in dem Sender nicht benötigt werde.⁸⁹³

Das gängige Qualifikationsprofil im österreichischen TV-Journalismus schließt migrationsspezifische Qualifikationen und Fähigkeiten nicht mit ein. Die Sender *ATV* und *ServusTV* legen auf interkulturelle Kompetenzen von vornherein keinen Wert, *ORF* und *Puls4* gaben an, diese als Vorteil zu sehen. Im Fall des *ORF* zeigt sich hier ein weiterer Widerspruch: Wird die Herkunft der MitarbeiterInnen nicht ermittelt, werden derartige Fähigkeiten ebenfalls weitgehend unbeachtet bleiben und dementsprechend nicht als Vorteil

⁸⁹² Konrad Mitschka kritisierte etwa die Zur-Schau-Stellung der Schicksale von Personen aus niedrigen Sozialschichten in kommerziellen Formaten.

Vgl. Konrad Mitschka, 444-448.

⁸⁹³ Vgl. Corinna Milborn, 115-119.

gewertet werden. Bei *Puls4* will man die Kompetenzen zwar nutzen, im Unternehmen seien die RedakteurInnen mit Migrationshintergrund aber nicht wegen ihrer Herkunft, sondern wegen der Leistungen als JournalistInnen.⁸⁹⁴

MigrantInnen stellen für die TV-Sender keine spezifische Zielgruppe dar, argumentiert wird dies wiederum damit, keine eigenen Gruppen bilden zu wollen. Bärbel Röben sieht zwischen der geringen Zielgruppenansprache und dem geltenden Qualifikationsprofil – in diesem Fall für Deutschland – einen Zusammenhang: „Die geringe Zielgruppen- und Publikumsorientierung der Redaktionsleitungen verstärkt die Unterschätzung migrationsspezifischer Qualifikationen. Diese Haltung entspricht dem gängigen männlich geprägten journalistischen Selbstverständnis, nach dem sich ‚die deutliche Mehrheit der deutschen Journalisten den Standards des Informationsjournalismus verpflichtet‘ fühlt.“⁸⁹⁵

Dieses gängige Selbstverständnis wird auch dadurch reproduziert, dass auf den oberen Hierarchieebenen seltener Personen mit Migrationshintergrund mitwirken. Die quantitative Studie belegte eine niedrigere Beteiligung von Personen mit Migrationshintergrund auf den höheren Redakteursrängen, wie etwa bei den ChefInnen vom Dienst der TV-Sender. Dies kann sich wiederum auf die Einstellungen neuer MitarbeiterInnen auswirken: Da EntscheidungsträgerInnen häufig Personen beschäftigen, die ihnen selbst ähnlich sind, reproduziert sich das gängige Profil immer wieder. Die Unternehmensberatung *Roland Berger* nennt diesen Effekt in einer Diversity Management-Studie *Self-Cloning*.⁸⁹⁶ Bestätigt wurde dieser Befund auch von *Puls4*-Informationschefin Corinna Milborn, die derartige Entscheidungsmechanismen in ihrer bisherigen beruflichen Laufbahn mehrfach beobachtete.⁸⁹⁷

Da das Bewusstsein, dass auch eine fehlende Sensibilisierung für die beschriebenen Wirkmechanismen in der Personal-Rekrutierung eine Barriere darstellen kann, nur selten vorhanden zu sein scheint, werden Hindernisse für Personen mit Migrationshintergrund meist nur bei den MigrantInnen selbst gesehen. Hier sind es mangelnde sprachliche Fähigkeiten und geringere Bildung, die als Gründe für eine nicht adäquate Beteiligung von Personen mit Migrationshintergrund am journalistischen Produktionsprozess gesehen werden. Eine Annahme, die wiederum das gängige MigrantInnen-Bild verdeutlicht. Wesentlich seltener wurden mögliche Hindernisse auf Seiten der Medienunternehmen geäußert.

⁸⁹⁴ Vgl. Corinna Milborn, 286-288.

⁸⁹⁵ Röben, Migrantinnen, S. 155.

⁸⁹⁶ Vgl. Roland Berger Strategy Consultants, Dream-Team.

⁸⁹⁷ Vgl. Corinna Milborn, 67-70.

22 Zusammenfassung

Im folgenden Kapitel werden die Hauptekenntnisse der quantitativen und qualitativen Untersuchung dieser Forschungsarbeit zusammengefasst. Die Angaben der JournalistInnen im Online-Fragebogen werden – vor dem Hintergrund der zentralen Forschungsfragen – jenen der RedakteurInnen aus den qualitativen Interviews und den Aussagen der VerantwortungsträgerInnen österreichischer TV-Sender gegenübergestellt. Die Erkenntnisse werden schließlich auf Basis zentraler theoretischer Erkenntnisse zusammengefasst.

22.1 Höherer Anteil an RedakteurInnen mit Migrationshintergrund als bisher angenommen

Eine der Hauptekenntnisse des vorliegenden Forschungsprojekts ist jene über die Präsenz ethnischer Diversität in den Redaktionen österreichischer TV-Sender. Die quantitative Studie belegt einen Anteil von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund unter den Befragten von 12,6 Prozent, die selbst oder deren beide Elternteile zuwanderten. Ein ähnlich hoher Anteil konnte in der Studie von Gertraud Schöllhammer, die beinahe zeitgleich die Präsenz ethnischer Diversität in den Redaktionen österreichischer Tageszeitungen untersuchte, festgestellt werden: 14 Prozent der Befragten hatten hier einen Migrationshintergrund. Durch die Themenstellung fühlten sich womöglich eher Personen mit Migrationshintergrund angesprochen – was zu einer höheren Teilnahme von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund geführt haben könnte – die Präsenz ethnischer Diversität in Österreichs TV-Redaktionen ist dennoch höher als bisher in wissenschaftlichen Untersuchungen angenommen wurde.

Ein Grund dafür liegt in der Methodik früherer Untersuchungen: In diesen Studien wurden stets VerantwortungsträgerInnen der Medienunternehmen über den Anteil an RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in ihrem Unternehmen befragt. Wie die vorliegende Studie beweist, verfügen die Verantwortlichen nicht über derartige Daten. In den Interviews gaben die betreffenden Personen an, kein Wissen über den Anteil an Personen mit Migrationshintergrund in den Redaktionen zu haben. Zum Teil werden die Daten nicht erhoben, weil es kein Interesse daran gibt, zum Teil, weil man befürchtet, damit in sensible Bereiche vorzudringen, an welchen der Arbeitgeber kein Interesse haben sollte. Dies macht die Wichtigkeit alternativer Vorgehensweisen deutlich. In der vorliegenden Studie wurden erstmals spezifische Ergebnisse zu den österreichischen TV-JournalistInnen mit

Migrationshintergrund, ihre Einstellungen, Arbeitsweisen, den Umgang mit ihrer Herkunft und Barrieren durch ihren Migrationshintergrund erhoben. Zudem wurde das Bewusstsein österreichischer Fernsehsender hinsichtlich dieser Thematik untersucht.

22.2 Diversity Management nicht Teil der Strategie

In der Untersuchung wurde deutlich, dass Diversity Management keinen Bestandteil der Unternehmensstrategie der untersuchten österreichischen TV-Sender darstellt. Dies konnte sowohl in den Aussagen der Verantwortlichen der Fernsehunternehmen als auch in den Angaben der TV-RedakteurInnen festgemacht werden. Innerhalb des *ORF* wird zwar durch mehrere Maßnahmen versucht, Diversität im Personal und auf der Ebene der Berichterstattung zu fördern, eine dafür entwickelte Strategie lässt sich aber nicht feststellen. In der Untersuchung konnte ein wesentlicher Unterschied zum Umgang des *WDR* festgemacht werden: Während der *Westdeutsche Rundfunk* explizit eine breit angelegte Diversity Strategie verfolgt, die auch nach außen hin kommuniziert wird, versucht der *ORF* über einzelne Maßnahmen und einen Schwerpunkt auf den Diskurs rund um die Thematik der Integration einen Fortschritt auf diesem Gebiet zu erwirken.

Die fehlende Implementierung einer Diversity Strategie in das unternehmerische Handeln österreichischer Fernsehsender wird auch von den RedakteurInnen wahrgenommen: In der quantitativen Befragung sahen nur 7,4 Prozent der Befragten ethnische Diversität als Teil der Strategie des Arbeitgebers, 21,1 Prozent vermuteten eher einen solchen Zugang. Dies bedeutet aber keineswegs, dass die TV-Unternehmen nicht als offen für Vielfalt im Personal wahrgenommen werden.

Einer der Gründe für die mangelnde strategische Ausrichtung hinsichtlich eines Diversitätsmanagements ist der fehlende Fokus auf MigrantInnen als Zielgruppe. Personen mit Migrationshintergrund stellen für keinen der untersuchten Fernsehsender eine spezifische Zielgruppe dar, was sich zum einen in der inhaltlichen Ausrichtung der Medienunternehmen, zum anderen in der Personalpolitik derselben niederschlägt. Würden die TV-Sender MigrantInnen gezielt erreichen wollen, so müssten ProtagonistInnen und Themen der Berichterstattung insofern modifiziert werden, als dass sich die Zielgruppe hier wiederfindet. Als Argument für die fehlende Ansprache wird bei den TV-Sendern einmal mehr eine Trennung zwischen Gruppen genannt, die man vermeiden wollte.

22.3 Herkunft der TV-RedakteurInnen spielt keine Rolle

Der Migrationshintergrund spielt in den untersuchten TV-Unternehmen kaum bis gar keine Rolle. Für die Verantwortlichen der meisten befragten Fernsehsender ist die Herkunft der MitarbeiterInnen nicht von Relevanz – die Leistung und Fähigkeiten der RedakteurInnen würden im Vordergrund stehen. Beim öffentlich-rechtlichen Sender *ORF* und beim Privatsender *Puls4* verweist man darauf, der Herkunft Bedeutung zu schenken, allerdings sollen die RedakteurInnen mit Migrationshintergrund nicht auf ihre ausländischen Wurzeln reduziert werden. Beim Sender *ATV* wird die Herkunft dagegen gezielt nicht beachtet.

Von der Mehrheit der befragten RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln wurde ihr Migrationshintergrund als irrelevant im Beruf wahrgenommen: 63,2 Prozent der Befragten mit Migrationshintergrund bestätigten in der Online-Umfrage, dass ihre Herkunft beim Einstieg in das Unternehmen keine Bedeutung hatte. Ebenso viele gaben dies auch in Bezug auf den Arbeitsalltag an. Bemerkenswert ist dieser Aspekt angesichts der Tatsache, dass die Einschätzung genereller Auswirkungen der Herkunft auf die berufliche Laufbahn von JournalistInnen mit Migrationshintergrund weit negativer ausfällt. Unter den befragten RedakteurInnen mit Migrationshintergrund waren 50 Prozent der Meinung, die ausländischen Wurzeln wären eher hemmend (27,3 Prozent) beziehungsweise hemmend (22,7 Prozent) für die journalistische Karriere. Somit wird der Migrationshintergrund zwar für die eigene berufliche Laufbahn als bedeutungslos dargestellt, allgemein sieht ihn allerdings die Hälfte der Befragten als hemmend.

Mehrere mögliche Ursachen für diese Einschätzung können festgemacht werden: Die erste Hypothese nimmt eine *Nicht-Wahrnehmung selbst erlebter Barrieren* an. Diese besagt, die JournalistInnen mit Migrationshintergrund haben Barrieren in ihrer beruflichen Laufbahn erlebt, nehmen diese aber nicht als Hindernis wahr, um sich nicht als Opfer darzustellen. Dieser Hypothese zu Grunde liegen die Erkenntnisse aus der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung, die derartige Strategien bei Journalistinnen belegen, um nicht in die Opferrolle zu fallen. Eine Ursache dafür liegt im Berufsbild des/der JournalistIn, wonach Ausübende dieses Berufs keine Schwäche aufweisen sollten. Dies wird durch ein Leistungsparadigma unterstützt, wonach MigrantInnen ohnehin mehr leisten müssen als autochthone Personen, dies nichts Außergewöhnliches sei. Die zweite Hypothese nimmt *keine eigenen Erfahrungen von Hindernissen, aber die Wahrnehmung dieser bei anderen* an. Für diesen Zugang spricht die Tatsache, dass die befragten JournalistInnen mit Migrationshintergrund den Weg in die Medien geschafft haben, sich in

diesem Punkt als erfolgreich sehen und womöglich selbst keine Barrieren erlebt haben. Auch in den qualitativen Interviews wurden durchaus allgemeine Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund angenommen – wie etwa fehlende Sprachperfektion – die für die JournalistInnen selbst kein Problem darstellten. Die dritte Hypothese geht von *keinen Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund, aber der Annahme einer generellen Opferrolle von MigrantInnen* aus. Die befragten JournalistInnen mit Migrationshintergrund wären demnach nie mit Barrieren konfrontiert gewesen und hätte diese auch nie bei anderen Personen mit ausländischen Wurzeln wahrgenommen, nehmen dennoch Barrieren aufgrund des Migrationshintergrundes an, da eine generelle Opferrolle von MigrantInnen vermutet wird. Dagegen sprechen die Befunde der qualitativen Interviews mit TV-RedakteurInnen, wonach Hindernisse geschildert wurden, diese nicht immer als solche benannt wurden.

22.4 Selbst erlebte Barrieren nicht wahrgenommen

Eine der zentralen Forschungsfragen beschäftigte sich mit möglichen Barrieren für JournalistInnen mit Migrationshintergrund. Die Ausführungen zur Bedeutung des Migrationshintergrundes machte die fehlende Wahrnehmung von Barrieren deutlich. Dieses Phänomen setzte sich in weiterer Folge bei der Thematisierung von Diskriminierung fort. 57,9 Prozent der JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln gaben in der Online-Befragung an, definitiv nicht mit Diskriminierung konfrontiert gewesen zu sein, 21,1 Prozent waren der Meinung, dies vermutlich nicht erlebt zu haben. Werden diese Angaben mit den Aussagen der JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den qualitativen Interviews verglichen, so zeichnet sich die beschriebene Tendenz einer *Nicht-Wahrnehmung selbst erlebter Barrieren* ab. Von den Befragten wurden Ereignisse geschildert, die als Barrieren bezeichnet werden könnten, von den JournalistInnen aber nicht als solche wahrgenommen wurden.

Auch in Hinblick auf Diskriminierung wurden kaum eigene Erfahrungen erwähnt, Diskriminierung dagegen als ein allgemeines Phänomen beschrieben. Durch das erwähnte Leistungsparadigma – wonach es der Normalität entsprechen würde, dass MigrantInnen mehr leisten müssten als autochthone ÖsterreicherInnen – wird die Nicht-Wahrnehmung diskriminierender Situationen unterstützt. Müssen JournalistInnen mit Migrationshintergrund mehr leisten, um dieselben Positionen wie autochthone RedakteurInnen einzunehmen, stellt das aus der Sicht einzelner Befragter die Normalität dar. Wenn Barrieren und Diskriminierung nicht wahrgenommen werden, hat dies zur Konsequenz, dass die

Problematik nicht artikuliert wird. Kritisieren die Betroffenen derartige Situationen nicht, geht dies in der öffentlichen Wahrnehmung unter.

22.5 Habitus und Hierarchie als Selektionsmechanismen

Barrieren können nicht nur als offensichtliche Hindernisse festgemacht werden, sondern zeigen sich auch auf subtilere Art – etwa in Form eines elitären Selbstbildes, das Personen aus gewissen niedrigeren Sozialschichten ausschließt. So stellte ein *ORF*-Journalist im Unternehmen ein gewisses „Klassendenken“⁸⁹⁸ fest, wodurch es Personen aus bildungsferneren Schichten schwer gemacht werde, sich hier zu etablieren. Dieses Selbstverständnis zeigt sich auch im Anforderungsprofil, das die interviewten RedakteurInnen im Journalismus ausmachten: So wurde von einer *ORF*-Redakteurin „eine breite, humanistische, historische, politische Bildung“⁸⁹⁹ als bedeutende Voraussetzung für JournalistInnen ausgemacht. Dieses journalistische Selbstbild bezieht sich weniger auf formale Bildungsabschlüsse – vor allem in der älteren Generation der JournalistInnen finden sich zahlreiche Studienabbrecher – als viel mehr auf Bildungsnähe als identitätsstiftende Kategorie. Ein derartiges Selbstverständnis schafft eine symbolische Hürde, die für Personen deren Familie sich nicht dieser Bildungsschicht zugehörig fühlt, eine bedeutende Barriere darstellen dürfte. Dieses Denken scheint vor allem in historisch gewachsenen, traditionellen Medienhäusern stärker etabliert zu sein, in den privaten TV-Sendern dürfte das eigene Selbstverständnis derartige Tendenzen eher verhindern.

22.6 Migrationsspezifische Kenntnisse nicht Teil des Qualifikationsprofils

Migrationsspezifische Kenntnisse stellen keinen relevanten Aspekt des Qualifikationsprofils der österreichischen TV-Sender dar. Interkulturelle Kompetenzen und ähnliche Fähigkeiten werden zwar im *ORF* als Vorteil gesehen, sind allerdings kein Kriterium, das im Aufnahmeprozess abgefragt wird. Auch beim Sender *Puls4* wären mehr RedakteurInnen mit Migrationshintergrund erwünscht, allerdings existiert hier kein definiertes Aufnahmeverfahren, wodurch gezielt Personen mit Migrationshintergrund angeworben

⁸⁹⁸ P. V, 211.

⁸⁹⁹ P. L, 61-62.

werden könnten. Bei den Sendern *ATV* und *ServusTV* spielt die Herkunft der RedakteurInnen keine Rolle.

Das Qualifikationsprofil der TV-Sender trägt insgesamt nicht zur Förderung ethnischer Diversität in den Medienunternehmen bei, sondern behindert diese eher. Der fehlende Fokus und die damit einhergehende Problematik stellen keinen Einzelfall dar, sondern wurden bereits in deutschen Studien dokumentiert.⁹⁰⁰ In Zusammenhang mit dem geltenden Qualifikationsprofil muss auch die Ebene der EntscheidungsträgerInnen berücksichtigt werden: So sind auf der obersten Hierarchieebene zumeist autochthone Österreicher vertreten, was Folgen für das geltende Anforderungsprofil haben dürfte. Einer der Gründe dafür ist das so genannte *Self-Cloning*, wonach VerantwortungsträgerInnen sich häufig aufgrund der Ähnlichkeiten zu sich selbst für eine/-n BewerberIn entscheiden. Das gängige Qualifikationsprofil wird dadurch von den verantwortlichen Personen stets reproduziert.

Eine geringe Teilhabe von Personen mit Migrationshintergrund auf den oberen Hierarchieebenen der untersuchten TV-Sender konnte in der quantitativen Studie belegt werden: Hier hatte nur eine Person mit Migrationshintergrund die Funktion „Chef vom Dienst“ inne, unter den autochthonen RedakteurInnen waren es 13 Personen.

22.7 Einsatz interkultureller Kompetenzen abhängig von Identifikation mit Herkunft

In der Online-Befragung der TV-JournalistInnen war die Mehrheit der Meinung, die RedakteurInnen mit Migrationshintergrund würden ihre interkulturellen Kompetenzen in der Arbeit miteinbringen.⁹⁰¹ Die Initiative für den Einsatz dieses Wissens und der migrationsspezifischen Fähigkeiten scheint allerdings von den JournalistInnen selbst zu kommen, da die Medienverantwortlichen in den meisten Fällen kein Interesse an diesen Kompetenzen zeigen. So wurde eine Beachtung derartiger Kompetenzen beim Sender *ATV* definitiv abgelehnt, bei *ServusTV* wurde diesen ebenfalls wenig Bedeutung beigemessen. Der *ORF* sieht interkulturelle Kompetenzen als „kein Kriterium, das wir hart abtesten.“⁹⁰² Bei *Puls4* werden derartige Qualifikationen zwar als Vorteil gesehen, jedoch soll verhindert werden, RedakteurInnen auf derartige Kategorien zu reduzieren – weshalb diese Kompetenzen nicht gezielt gefördert werden.

⁹⁰⁰ Vgl. Röben, *Migrantinnen*, S.272.

⁹⁰¹ 28,9 Prozent der Befragten gaben an, die TV-JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln würden ihre interkulturellen Kompetenzen in der täglichen Arbeit einbringen, 42,2 Prozent waren der Meinung, dass dies eher zutrifft.

⁹⁰² Konrad Mitschka, 544-545.

Nicht nur der Zugang der ArbeitgeberInnen ist ein Einflussfaktor für den Einsatz interkultureller Kompetenzen, auch das Maß an Identifikation mit der Herkunft prägt, wie sehr migrationsspezifische Kenntnisse genutzt werden. Dies wurde vor allem bei jenen JournalistInnen deutlich, die selbst in Österreich geboren wurden, deren Eltern aber aus dem Ausland stammen. Zum Teil machten die Angaben der RedakteurInnen ein gespaltenes Verhältnis zur Heimat deutlich – dies wiederum spiegelte sich in der beruflichen Tätigkeit wider. So wurden von JournalistInnen, die Bezug zur Heimat hatten, entsprechende sprachliche Fähigkeiten eingesetzt beziehungsweise Kontakte zur Community genutzt. Der Einsatz interkultureller Kompetenzen kann nicht nur auf die Beziehung zum Herkunftskontext zurückgeführt werden, sondern auch auf andere Faktoren – etwa wie gängig die Muttersprache ist oder ob Kontakte zur Community überhaupt nützlich für die journalistische Arbeit sind.

Bemerkenswert scheint der Umgang mit der eigenen Herkunft bei mehreren deutschen JournalistInnen. Hier entstand in den Interviews häufig der Eindruck, die Thematik wäre für die Personen ein Gegenstand ohne jeglichen persönlichen Bezug. Zum Teil wurde auch artikuliert, dass sich die Befragten nicht als MigrantInnen sehen. Dies lässt Rückschlüsse auf die Assoziation mit Migrationshintergrund zu: Wer die Sprache des Aufnahmelandes zur Muttersprache hat oder wie eine Muttersprache spricht und dem Aussehen nach der Aufnahmegesellschaft ähnelt, wird als dieser zugehörig empfunden. Anders formuliert wird vor allem jenen Personen ein Migrationshintergrund zugeschrieben, die durch mangelnde Sprachperfektion oder ihr Aussehen im Aufnahmeland auffallen. Einmal mehr werden hier die Defizitorientierung, aber auch der konstruktivistische Charakter dieser Zuschreibung deutlich: Die formale Zugehörigkeit zur Gruppe muss keineswegs bedeuten, dass jemand tatsächlich als MigrantIn wahrgenommen wird.

22.8 Interesse von Personen mit Migrationshintergrund unterschiedlich hoch

Als möglicher Grund für eine nicht dem Anteil in der Bevölkerung entsprechende Repräsentanz von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund wurde in den Interviews mit TV-RedakteurInnen ein geringeres Interesse vonseiten der Personen mit ausländischen Wurzeln vermutet. Dies konnten die TV-Sender allerdings nur zum Teil bestätigen: Bei *ServusTV* wurden keine Auffälligkeiten bei Bewerbungen von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund wahrgenommen. Bei *Puls4* wurde dagegen eine unterdurchschnittlich hohe Anzahl an Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund verzeichnet, in der

Public Value-Abteilung des *ORF* wurden ebenfalls Schwierigkeiten festgemacht, potenzielle AnwärterInnen mit Migrationshintergrund zu erreichen. In diesem Zusammenhang konnte eine erhöhte Initiative des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich festgestellt werden. Diese äußert sich etwa in Stellenausschreibungen, wonach bei gleicher Qualifikation KandidatInnen mit Migrationshintergrund bevorzugt würden. Des Weiteren würde Kontakt zu den Communities gesucht, um potenzielle InteressentInnen besser ansprechen zu können.

Als Gründe für die geringe Anzahl an Bewerbungen wurden bei den Medienverantwortlichen Hemmungen seitens der Personen mit Migrationshintergrund vermutet. Mit derartigen Problemen konfrontiert sah man beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk vor allem Personen mit fehlender Sprachperfektion. Aus diesem Grund wird beim *ORF* eine Quote für Personen mit Migrationshintergrund abgelehnt, da man fürchtet vor allem mit BewerberInnen mit Sprachproblemen konfrontiert zu sein. Derartige Angaben verdeutlichen negative Assoziationen, die mit der Zuschreibung eines Migrationshintergrundes einhergehen. Mangelnde Sprachperfektion wird hier als Ausschlussgrund gesehen, was durch die Angaben von aktiven RedakteurInnen mit Migrationshintergrund, die bei sich selbst mangelnde Sprachperfektion orteten, in Zweifel gezogen werden muss.

22.9 Keine bewusste Ablehnung, keine bewusste Thematisierung

Die österreichischen TV-Sender zeigen sich grundsätzlich offen für ethnische Diversität. Dies äußert sich aber nicht in einem pro-aktiven Zugang, sondern in der Auffassung, Diversität würde sich von selbst entwickeln, wenn keine Barrieren für Personen mit Migrationshintergrund geschaffen würden. Der selbstverständliche Umgang mit ethnischer Diversität stellt zweifelsohne das Ziel zahlreicher Diversity Management-Zugänge dar, allerdings geht diesem Ziel in der Regel ein Prozess der Sensibilisierung für die Thematik und entsprechende Maßnahmen zur Förderung von Diversität voran. In den Interviews mit den Medienverantwortlichen wurde vielfach der Eindruck erweckt, die Fernsehsender meinten diese Schritte übersprungen zu haben. Beim Sender *ATV* etwa zeigte man sich überzeugt davon, Diversität bereits selbstverständlich zu leben. In den Interviews mit den RedakteurInnen und den Aussagen des Geschäftsführers von *ATV* Martin Gastinger wurden aber viel mehr eine fehlende Sensibilität für die Tragweite dieser Thematik und die daraus resultierende Verantwortung für Medienunternehmen deutlich.

Ein zentraler Diskussionspunkt innerhalb der Untersuchung war die Frage, ob ethnische Diversität tatsächlich gefördert werden muss oder – wie es die meisten Fernsehsender

praktizieren – sich selbst überlassen werden kann und sich entsprechend ohne das Zutun der Medienverantwortlichen entwickelt. Das Bild, das die österreichischen TV-Sender ihrem Publikum von Gesellschaft vermitteln, ist aufschlussreich: Im vergangenen Jahrzehnt hat sich zweifelsohne ein Bewusstsein für Diversität bei den meisten TV-Sendern entwickelt, was sich auch angesichts einer größeren Vielfalt von ausländisch klingenden Namen im Programm und vereinzelt von ModeratorInnen mit Migrationshintergrund zeigt. Nach wie vor vermitteln die österreichischen Fernsehsender aber weitgehend den Eindruck einer homogenen, weißen, österreichischen Gesellschaft. Angesichts der vermuteten Scheu von Personen mit Migrationshintergrund sich für derartig prominente Positionen in Medienunternehmen zu bewerben, stellt eine aktive Förderung von sichtbarer Diversität wohl die einzige Möglichkeit dar, die Vielfalt der Gesellschaft im Bild auch tatsächlich zu verwirklichen.

23 Fazit

Die Haltung der untersuchten Fernsehsender gegenüber ethnischer Diversität ist keinesfalls bewusst diskriminierend, viel mehr nehmen sich die TV-Stationen als offen gegenüber Vielfalt wahr. Dennoch tragen mehrere Faktoren dazu bei, die ausländischen Wurzeln nicht als zusätzliche Ressourcen wahrzunehmen, sondern diese entweder zu ignorieren oder nicht systematisch zu fördern. Zu diesen Faktoren gehören – wie aus den Erläuterungen im vorhergehenden Kapitel hervorgeht – das gängige Qualifikationsprofil, die fehlende Ansprache von MigrantInnen als Zielgruppe, die Reproduktion einer bestimmten Führungsschicht in Medienunternehmen und ein elitäres, journalistisches Selbstverständnis, das bildungsferne Schichten benachteiligt.

Die TV-Sender reagieren auf diese Situation, indem versucht wird, Diversität zur Normalität werden zu lassen und gesellschaftliche Gruppen nicht voneinander zu separieren. Maßnahmen, die eine Förderung von Personen mit Migrationshintergrund bewirken würden, werden folglich ausgespart oder nur unsystematisch durchgeführt.

So steht am Ende der Untersuchung die Frage: *Sollen gesellschaftlich unterprivilegierte Gruppen im Journalismus gefördert werden?* Die Autorin bejaht dies aufgrund der in der Studie deutlich gewordenen gängigen Mechanismen, die zur Benachteiligung von Menschen mit Migrationshintergrund im TV-Journalismus führen können und führen. Die diesem Dissertationsprojekt zugrunde liegende Vorstellung, wonach Massenmedien Identitätsräume konstruieren, in denen Ein- und Ausschlüsse gesellschaftlicher Gruppen verhandelt werden und Medien dadurch wesentlich das Selbstverständnis einer Gesellschaft prägen, macht die Verantwortung von Massenmedien – unabhängig von ihrem Status als öffentlich-rechtliche oder private Medienunternehmen – deutlich.

Während der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine Verpflichtung hat, integrativ zu wirken, können privaten Medienunternehmen nicht zu einer derartigen Aufgabe verpflichtet werden. Dennoch entwickeln auch private TV-Sender aus ihrem Selbstverständnis und der Wahrnehmung ihrer Rolle in der Gesellschaft heraus derartige Handlungsweisen. Bei jenen Medienunternehmen, die diese Verantwortung für sich nicht wahrnehmen, wird es womöglich in Zukunft die wirtschaftliche Situation sein, die sie dazu zwingt, MigrantInnen als Zielgruppe zu entdecken und dementsprechend ihr Programm und die Personalpolitik zu verändern.

24 Ausblick und Empfehlungen

24.1 Mehr sichtbare Diversität

In Bezug auf die Sichtbarkeit von Diversität im Personal gibt es für die untersuchten TV-Sender Nachholbedarf. Dies gilt sowohl für jene Sender, welchen es an Bewusstsein für die Bedeutung der Thematik mangelt, als auch für jene, die sich aktiv damit auseinandersetzen. Durch die Wirkungsweisen des Mediums Fernsehen und die Bedeutung des Bildes bei der Konstruktion von Realität(en) ist die Sichtbarkeit von Vielfalt sowohl in den Inhalten der Berichterstattung als auch bei den handelnden RedakteurInnen und ModeratorInnen ein bedeutender Aspekt medialer Integration. Angesichts der geringen Anzahl von Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund bei den TV-Sendern nehmen Personen mit Migrationshintergrund vor der Kamera umso wichtigere Positionen als Role Models ein. Deren Bedeutung wurde in den TV-Sendern zwar erkannt, aber nicht gezielt gefördert. Hier gilt es Personen mit Migrationshintergrund in sichtbaren Positionen einzusetzen, diese aber keinesfalls nur mit der Migrations- beziehungsweise Integrationsthematik in Verbindung zu bringen. Das Ziel sollte sein, sichtbare Diversität zur „Normalität“ werden zu lassen – ein Zustand, der von den TV-Sendern bereits für sich beansprucht wurde, sich aber nicht in entsprechender Form vor der Kamera zeigt.

24.2 Interesse bei MigrantInnen fördern

Die nicht dem Anteil in der Bevölkerung entsprechende Präsenz von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in den TV-Sendern kann zum Teil auf eine geringe Anzahl von Bewerbungen von Personen mit ausländischen Wurzeln zurückgeführt werden. Hier gilt es für die Fernsehsender, mittels Kommunikationsmaßnahmen diese Personen gezielt anzusprechen und so das Interesse bei MigrantInnen zu fördern. Eine Möglichkeit stellen Stellenausschreibungen dar, die Personen mit Migrationshintergrund bei gleicher Qualifikation bevorzugen. Die Herkunft muss schließlich auch beim Aufnahmeprozess beachtet werden, um Personen mit Migrationshintergrund tatsächlich fördern zu können.

Eine Möglichkeit, um das Interesse von MigrantInnen zu wecken, stellen die bereits erwähnten Role Models in Fernsehsendern dar. Damit soll signalisiert werden, dass Personen mit Migrationshintergrund die Chance haben, in den Medien Karriere zu machen und

interessierten MigrantInnen soll die Scheu vor einer Bewerbung bei Medienunternehmen genommen werden.

24.3 Bewusstsein bei Medienunternehmen fördern

Damit Medienunternehmen bei der Förderung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund tatsächlich aktiv werden, bedarf es eines Bewusstseins für die Bedeutung der Massenmedien für die mediale Integration. Zum Teil ist die Sensibilität dafür in den österreichischen Fernsehsendern nicht gegeben, zum Teil wird kein Zusammenhang zwischen einer allgemeinen Funktion der Massenmedien und den eigenen Aufgaben wahrgenommen. Somit gilt es, in den TV-Sendern ein Bewusstsein zu schaffen, um in weiterer Folge die Inhalte der Berichterstattung, die Personalpolitik und die Zielgruppenansprache dahingehend zu adaptieren.

Auf Basis der theoretischen Erkenntnisse kann angenommen werden, dass Veränderungen auf einer Ebene Auswirkungen auf andere Ebenen haben können: Werden MigrantInnen von den Fernsehsendern als Zielgruppe entdeckt, dürfte sich dies auch auf die Personalpolitik auswirken, da der Fokus der Medienunternehmen darauf liegen müsste, dass sich Personen mit Migrationshintergrund in den Programmen der Fernsehsender wiederfinden.

24.4 Sensibilität in der JournalistInnen-Ausbildung stärken

Bei der Rekrutierung neuer MitarbeiterInnen greifen die TV-Sender häufig auf Fachhochschul-AbsolventInnen zurück. Um die ethnische Vielfalt in den Medienunternehmen zu fördern, wäre es von Bedeutung, auch in den Ausbildungsstätten einen möglichst großen Anteil an unterschiedlichen Herkunftsn zu haben. Dafür müssen diese Institutionen für die Bedeutung von Diversität in den Massenmedien sensibilisiert werden, wodurch ein stärkerer Fokus auf interkulturelle Kompetenzen und migrationsspezifische Fähigkeiten gelegt werden könnte. Interkulturelle Kompetenzen sollten hier nicht nur bei den angehenden JournalistInnen mit Migrationshintergrund gefördert werden, sondern auch bei autochthonen in Form einer Sensibilität für Migrations- und Integrationsthemen. Rößen formuliert folgende Forderung für eine künftige JournalistInnenausbildung: „Der *Umgang mit Differenzen* sollte

im Sinne einer Ausbildung für einen zukunftsfähigen Journalismus eine Pflichtveranstaltung werden⁹⁰³.

24.5 Aktiv-Werden der Medienpolitik

Die österreichische Politik hat sich hinsichtlich der Förderung von Vielfalt im österreichischen Medienpersonal bisher im Hintergrund gehalten. So wird im Bericht zum Nationalen Aktionsplan für Integration zwar die Verantwortung von Massenmedien bei der Repräsentanz von MigrantInnen festgehalten und in Expertenberichten werden Maßnahmen wie ein *code of conduct* für die Medien vorgeschlagen,⁹⁰⁴ dennoch existieren bisher keine konkreten Handlungsanweisungen oder Richtlinien für die österreichischen Medienunternehmen. Eine Politik – wie sie in Kanada verfolgt wird – wo Lizenzen für Radio- und Fernsehsender mitunter an das Kriterium Diversität geknüpft werden, sind in Österreich kaum vorstellbar. Österreichische MedienexpertInnen sehen in einer derartigen Maßnahme die Gefahr, die Pressefreiheit einzuschränken.⁹⁰⁵ Auch die österreichischen Verleger⁹⁰⁶ fürchten eine derartige Maßnahme: In der Evaluierungsstudie zur österreichischen Presseförderung wurden österreichische Verleger und ein Vertreter der JournalistInnen-Gewerkschaft unter anderem zu den Vergabe-Kriterien der Presseförderung befragt. Die Vergabe der Presseförderung an die Präsenz von JournalistInnen mit Migrationshintergrund in den Redaktionen zu knüpfen, wurde dabei von 32 Prozent der Befragten als unwichtig eingestuft, weitere 32 Prozent hielten dies für eher unwichtig. Nur 9,3 Prozent der befragten Verleger empfanden dies als eine wichtige Maßnahme, für 27,8 Prozent war dies eher wichtig.⁹⁰⁷ So beschränkt sich das medienpolitische Handeln in Hinblick auf Medien und Migration bisher auf die Empfehlungen des Presserats, die allerdings auf freiwilliger Basis stattfinden. Im Ehrenkodex des Presserats wird auf mediale Integration auf der Inhaltsebene eingegangen: Im Punkt 7 ist der „Schutz vor Pauschalverunglimpfungen und Diskriminierung“⁹⁰⁸ festgehalten. Darin wird eine Diskriminierung aufgrund verschiedenster

⁹⁰³ Röben, Umgang, S. 274.

⁹⁰⁴ Vgl. Expertenrat für Integration, Integrationsbericht, S. 33.

⁹⁰⁵ Vgl. Berger, Sandra: Medienpolitische Konzepte zur Integration von MigrantInnen in Österreichs Medien. St.Pölten 2009 (=Diplomarbeit). S. 86.

⁹⁰⁶ Unter den Befragten waren ausschließlich männliche Verleger.

⁹⁰⁷ Vgl. Haas, Hannes: Evaluierung der Presseförderung in Österreich. Status, Bewertung, internationaler Vergleich und Innovationspotenziale. Wien 2012. S. 139.

⁹⁰⁸ Vgl. Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit. Im Internet: http://www.presserat.at/rte/upload/pdfs/grundsaeetze_fuer_die_publizistische_arbeit_ehrenkodex_fuer_die_oesterreichische_presse_idf_vom_02.12.2013.pdf (zuletzt eingesehen am 19.3.2014).

Merkmale – auch aufgrund der Herkunft – verurteilt. Der Presserat ist allerdings nur für Printmedien zuständig, außerdem ist die Mitgliedschaft freiwillig.

Die Massenmedien werden in ihrer Bedeutung für die Aushandlung eines gemeinsamen Selbstverständnisses der Gesellschaft immer zentraler. Aufgrund dieser Tatsache ist die österreichische Medienpolitik gefordert zu reagieren. Die Vergabe der Presseförderung auf Basis der Zusammensetzung der Redaktion würde dabei eines der weitreichenden Mittel darstellen. Die Ausführungen zur Bedeutung der Massenmedien, die in dieser Arbeit dargelegt wurden, machten deutlich, dass Medien keineswegs nur beliebige Akteure bei der Integration von Minderheiten darstellen, sondern zentrale Bestandteile in diesem Prozess sind. Die Angaben der Medienverantwortlichen zeigten die noch immer existente Ignoranz gegenüber dieser Rolle. Angesichts dieses Zustands müsste die Medienpolitik zumindest das Wort ergreifen und zum Diskurs über diese verantwortungsvolle Rolle aufrufen.

25 Forschungsausblick

In der vorliegenden Studie wurden die Teilhabe von Personen mit Migrationshintergrund am journalistischen Produktionsprozess in österreichischen Fernsehmedien, deren Selbstverständnis, sowie der Umgang der TV-Sender mit ethnischer Diversität erforscht. Dennoch bleiben auf der Produktionsebene medialer Integration noch einige Punkte zu untersuchen, die in der internationalen kommunikationswissenschaftlichen Forschung zum Teil bereits Gegenstand von Untersuchungen waren.

- Ein in Österreich noch wenig beforschtes Thema sind journalistische Normen und die Vorstellungen zu journalistischer Professionalität. Wie der journalistische Beruf erlebt wird und welches Handeln hier als professionell empfunden wird, ist insofern bedeutsam, da diese Vorstellungen vielfach von Angehörigen der männlichen Mehrheitsgesellschaft geprägt sein dürften. Zentrale Fragestellungen für Untersuchungen in diesem Zusammenhang wären: *Welche Normen und journalistische „Tugenden“ werden in österreichischen Redaktionen eingefordert? Welches Berufsbild wird hier gelebt? Können alternative Deutungsweisen, wie andere Sichtweisen aufgrund der Herkunft oder des Geschlechts, durchgesetzt werden? Wie sehr wird von JournalistInnen mit Migrationshintergrund die Rolle des/der AnwältIn für die eigene Community gelebt?*⁹⁰⁹
- In der vorliegenden Studie wurde von VerantwortungsträgerInnen österreichischer TV-Sender mehrfach die geringe Anzahl an Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund erwähnt. Dies wirft die Frage nach den Motiven für diesen Zustand auf. Zu untersuchen wäre demnach: *Welche Motive gibt es für die geringe Anzahl an Bewerbungen von Personen mit Migrationshintergrund im Journalismus? Aus welchen Gründen wird der Journalismus-Beruf von jungen Menschen angestrebt? Welche Aspekte sind für Jugendliche mit ausländischen Wurzeln ansprechend, welche abschreckend?*⁹¹⁰

⁹⁰⁹ Diese Fragestellungen wurden von Nishikawa (et al.) bereits im US-amerikanischen Raum behandelt, im deutschsprachigen Raum wurden vergleichbare Daten noch nicht ermittelt.

Vgl. Nishikawa, Interviewers.

⁹¹⁰ Einige dieser Fragestellung greift Horst Pöttker in einer in Kürze erscheinenden Untersuchung auf.

Vgl. MigrantInnen als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft. Hg. v. Horst Pöttker und Juliana Lofink. Wiesbaden 2015.

- Österreichische Fernsehsender stellen – wie die Untersuchung zeigte – vielfach PraktikantInnen ein, die eine journalistische Ausbildung absolviert haben. Demnach wäre eine Untersuchung der Selektionsmechanismen in journalistischen Ausbildungsstätten von Bedeutung, außerdem sollten die Curricula dahingehend analysiert werden, ob Interkulturalität und Diversität im Journalismus behandelt werden. Zu analysieren wäre demnach: *Wie hoch ist der Anteil an Studierenden mit Migrationshintergrund in journalistischen Studiengängen? Welche Kriterien sind bei der Aufnahme – falls es einer Aufnahmeprüfung bedarf – in derartige Studiengänge entscheidend? Sind interkulturelle Kompetenzen Teil des Qualifikationsprofils? Sind Themenstellungen wie mediale Integration in den Curricula derartiger Studienrichtungen integriert?*
- Während sich deutsche Studien bereits intensiver mit der Rolle von Journalistinnen mit Migrationshintergrund auseinandersetzen,⁹¹¹ ist die kommunikationswissenschaftliche Forschung hierzu in Österreich noch nicht weit fortgeschritten. Untersuchungen, die beide Diversitätsdimensionen – Geschlecht und Ethnizität – im Journalismus in den Blick nehmen, wären von zentraler Bedeutung. Fragestellungen in diesem Zusammenhang sind: *Welche Barrieren erleben Redakteurinnen mit Migrationshintergrund im österreichischen Journalismus? Inwiefern versuchen sie alternative Deutungsweisen in ihrem beruflichen Alltag durchzusetzen? Welches Selbstverständnis haben Migrantinnen im österreichischen Journalismus?* Zum Teil wurden diese Fragen bereits in der vorliegenden Studie beantwortet, eine gesonderte Auseinandersetzung speziell mit Journalistinnen mit Migrationshintergrund wäre dennoch notwendig.

⁹¹¹ Vgl. Röben, Migrantinnen.

III ANHANG

1 Literaturverzeichnis

Akinyosoy, Clara: Die letzte Integrationsseite – es war uns eine Pflicht. Im Internet: http://diepresse.com/home/panorama/integration/1327198/Die-letzte-Integrationsseite_Es-war-uns-eine-Pflicht

aku/jle/mk: Bildungsstandards auf einen Blick. In: APA vom 31.01.2014.

aku/jle/spu: PISA-Studie: PISA 2012 auf einen Blick. In: APA vom 03.12.2013.

als: Unterweger: Neues Gesicht für die Kurz-Nachrichten des ORF. In: Österreich vom 22.2.2011. S. 26.

AMS: Informationen zur Ausländerbeschäftigung. Im Internet: http://www.ams.at/_docs/01_asylwerber.pdf

Arbeitsgemeinschaft Teletest: Über AGTT. Im Internet: <http://www.agtt.at>

ASNE: Diversity. Im Internet: http://asne.org/key_initiatives/diversity.aspx

ASNE: Minority employment in daily newspapers. Im Internet: <http://asne.org/content.asp?pl=140&sl=129&contentid=129>

ASNE: Table A - Minority employment in daily newspapers. Im Internet: <http://asne.org/content.asp?pl=140&sl=129&contentid=129>

ASNE: Table C - Whites and minorities by job category. Im Internet: <http://asne.org/content.asp?pl=140&sl=131&contentid=131>

ATV: Das Geschäft mit der Liebe – Frauen aus dem Osten. Im Internet: <http://atv.at/contentset/627937-das-geschaeft-mit-der-liebe-1>

bae/jul: Koalition: Integrationsstaatssekretariat wird Sektion im Außenressort. In: APA vom 13.12.2013.

BBC: A diverse workforce. Im Internet:
<http://www.bbc.co.uk/diversity/workforce.html#section-1>

BBC: Everyone has a story. The BBC'S Diversity Strategy 2011-15.
http://downloads.bbc.co.uk/diversity/pdf/Diversity_strategy_110523.pdf#zoom=100

BBC: Roots - a joint BBC / Arts Council England initiative. Speech given at an event to raise awareness of a joint BBC and Arts Council England initiative called Roots. Im Internet:
http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/dyke_roots.shtml

Bendl, Regine [u.a.]: Austrian perspectives on diversity management and equal treatment: regulations, debates, practices and trends. In: International Handbook on Diversity Management on Work. Country Perspectives on Diversity and Equal Treatment. Hg. v. Alain Klarsfeld. Cheltenham 2010. S. 27-44.

Bendl, Regine [u.a.]: Diversität und Diversitätsmanagement: Ein vielschichtiges Thema. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Bendl, Regine [u.a.]. Wien 2012.

Bendl, Regine [u.a.]: Vertiefende Betrachtungen zu ausgewählten Diversitätsdimensionen. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Regine Bendl [u.a.]. Wien 2012. S. 79-135.

Benhabib, Seyla: Kulturelle Vielfalt und demokratische Gleichheit. Politische Partizipation im Zeitalter der Globalisierung. Frankfurt am Main 1999.

Berangy, Nasila: Migrantin als Moderatorin: Warten auf große Chance. Im Internet:
http://diepresse.com/home/panorama/integration/558087/Migrantin-als-Moderatorin_Warten-auf-grosse-Chance?from=suche.extern.google.com

Berger, Sandra: Medienpolitische Konzepte zur Integration von MigrantInnen in Österreichs Medien. St.Pölten 2009 (=Diplomarbeit).

BGBI. Nr. 242/1962. Im Internet:

<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10009265&FassungVom=2014-03-25>

BGBI. Nr. 379/1984, § 4. Im Internet:

<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785>

BGBI. Nr. 379/1984, § 4. 4. Im Internet:

<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000785>

Vgl BGBI. Nr. 405/1991. Im Internet:

<http://ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10005762>

BGBI. Nr. 838/1992. Im Internet:

https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1992_838_0/1992_838_0.pdf

BGBI. I Nr. 126/2002. Im Internet:

https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/2002_126_1/2002_126_1.pdf

BGBI. I Nr. 66/2004. Im Internet:

https://www.ris.bka.gv.at/Dokument.wxe?Abfrage=BgblAuth&Dokumentnummer=BGBLA_2004_I_66

BGBI. I Nr. 38/2011. Im Internet:

https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2011_I_38/BGBLA_2011_I_38.pdf

BGBI. I Nr. 136/2013, § 11a. Im Internet:

https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2013_I_136/BGBLA_2013_I_136.pdf

Bielefeldt, Heiner: Menschenrechte in der Einwanderungsgesellschaft. Plädoyer für einen aufgeklärten Multikulturalismus. Bielefeld 2007.

Biffl, Gudrun: Ausländische Arbeitskräfte auf dem österreichischen Arbeitsmarkt. Im Internet: http://www.gudrun-biffl.priv.at/fileadmin/files/MB_2002_08_08_AUSLAENDERBESCHAEFTIGUNG.PDF

Bommes, Michael: Der Mythos des transnationalen Raums. Oder: Worin besteht die Herausforderung des Transnationalismus für die Migrationsforschung. In: Migration im Spannungsfeld von Globalisierung und Nationalstaat. Hg. v. Dietrich Tränhardt und Uwe Hunger. Wiesbaden 2003. S. 90-116.

Bonfadelli, Heinz: Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien. In: Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Hg. v. Heinz Bonfadelli und Heinz Moser. Wiesbaden 2007. S. 95-116.

Bonfadelli, Heinz: Die Wissenskluft-Konzeption: Stand und Perspektiven der Forschung. In: Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung-Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. Hg. v. Ulrich Saxer. München 1985. S. 65-86.

Bonfadelli, Heinz: Rundfunk, Migration und Integration. In: Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. Hg. v. Tobias Eberwein und Daniel Müller. S. 181-192.

Bourdieu, Pierre: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Schriften zu Politik & Kultur 1. Hamburg 2005.

Brainworker: 7 Gründe für Ethno-Marketing. Im Internet: <http://www.brainworker.at/Ethnomarketing/7-Gründe.html>

Brantner, Cornelia und Herczeg, Petra: Diversität und Rundfunk. Die Integrationsleistung des österreichischen Hörfunks - Die Repräsentanz von MigrantInnen in den Radionachrichtensendungen. Working Paper, 1. Sozialwissenschaftlichen Forum Wien. Wien 2011.

Brubaker, Rogers: In the Name of the Nation: Reflections on Nationalism and Patriotism. In: Citizenship Studies, Vol. 8, No. 2, June 2004, 115–127.

Bundesministerium für Inneres: Platter: Gesprächsrunden der Integrationsplattform starten mit kommender Woche. Im Internet: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20071110_OTS0025/platter-gespraechsrunden-der-integrationsplattform-starten-mit-kommender-woche

Bundesministerium für Inneres: Vereinswesen. Im Internet: http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_Vereinswesen/faq/Frage_05.aspx

Bundesministerium für Wirtschaft und Forschung: Akademiker/-innen mit Migrationshintergrund bei Arbeitssuche im Nachteil. Im Internet: <http://www.bmwf.gv.at/startseite/das-ministerium/gender-und-diversitaet/veranstaltungen/akademikerinnen-mit-migrationshintergrund-bei-arbeitssuche-im-nachteil/>

Bundesregierung: Der Nationale Integrationsplan. Neue Wege – Neue Chancen. Im Internet: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Archiv16/Artikel/2007/07/Anlage/2007-10-18-nationaler-integrationsplan.pdf?__blob=publicationFile&v=2

Bundesregierung: Nationaler Integrationsplan. Erster Fortschrittsbericht. Im Internet: http://www.bundesregierung.de/Content/DE/Publikation/IB/Anlagen/nationaler-integrationsplan-fortschrittsbericht.pdf?__blob=publicationFile

Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Wien² [u.a.] 1995.

Campion, Mukti Jain: Cultural diversity in British broadcasting: where we are and where we need to go. In: Media and cultural diversity in Europe and North America. Hg. v. Claire Frachon. Paris 2009. S. 73-79.

CDN: Diversity Pledge. Im Internet: <http://creativitydiversitynetwork.com/resource/diversity-pledge/>

CDN: The CDN Mandate. Im Internet: <http://creativitydiversitynetwork.com/wp-content/uploads/2013/04/the-creative-diversity-network-mandate1.pdf>

Choi, Sun-ju und Oulios, Miltiadis: Positive Maßnahmen – wie erreicht man Gleichstellung im Medienbetrieb? Im Internet: http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_2622.asp

Conference of European Statisticians Recommendations for the 2010 Censuses of Population and Housing. Hg. v. United Nations. New York and Geneva 2006. Im Internet: http://www.unece.org/stats/publications/CES_2010_Census_Recommendations_English.pdf

Cornell, Stephen und Hartmann, Douglas: Ethnizität und Rasse: Ein konstruktivistischer Ansatz. In: Ethnowissen. Soziologische Beiträge zu ethnischer Differenzierung und Migration. Hg. v. Marion Müller und Darius Zifonun. Wiesbaden 2010. S. 61-98.

Cottle, Simon: Media research and ethnic minorities: Mapping the field. In: Ethnic minorities and the media. Changing cultural boundaries. Hg. v. Simon Cottle. Philadelphia 2000. S. 1-31.

Delgado, J. Manuel: Die Gastarbeiter in der Presse. Eine inhaltsanalytische Studie. Opladen 1972.

Der kleine Stowasser. Lateinisch-deutsches Schulwörterbuch. 3., unveränderte Auflage. München 1991.

derstandard.at: „Jedes Medium hat die Macht der Integration zu nutzen“. Im Internet: <http://derstandard.at/3074998/Jedes-Medium-hat-die-Macht-der-Integration-zu-nutzen>

derstandard: Platter hält an Zuwanderungsquote fest. Im Internet: <http://derstandard.at/2883285>

DGB Bildungswerk: Interview mit Gualtiero Zambonini, Integrationsbeauftragter des WDR. Im Internet: http://www.migration-online.de/beitrag_aWQ9MTg1OQ_.html

Die Presse: Claudia Unterweger: Von FM4 zum "ZiB-Flash". Im Internet: http://diepresse.com/home/kultur/medien/635421/Claudia-Unterweger_Von-FM4-zum-ZiBFlash

Diekmann, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg⁵ 2011.

Ebermann, Erwin: Grundlagen statistischer Auswertungsverfahren. Im Internet: <http://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/quantitative/quantitative-94.html>

Ehmer, Josef: Migrationen in der historischen Forschung – Themen und Perspektiven. In: Migrations- und Integrationsforschung – multidisziplinäre Perspektiven. Hg. v. Heinz Fassmann und Julia Dahlvik. Göttingen 2011. S. 89-101.

ei: Migration und Medien: Zaghafte Annäherung. In: APA-JOURNAL Medien vom 23.09.2010.

Elsner, Monika [u.a.]: Zur Kulturgeschichte der Medien. In: Die Wirklichkeit der Medien. Hg. v. Klaus Merten [u.a.]. Opladen 1994. S. 163-187.

Esser, Hartmut: Integration und ethnische Schichtung, Arbeitspapiere – Mannheimer Zentrum für europäische Sozialforschung, Nr.40/2001. Mannheim 2001.

Europäische Kommission: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Im Internet: http://ec.europa.eu/avpolicy/reg/psb/index_de.htm

Expertenrat für Integration: Integrationsbericht 2013. Perspektiven und Handlungsempfehlungen. Im Internet: http://www.integration.at/media/files/integrationsbericht_2013/Expertenrat_Integrationsbericht_2013.pdf

Fassmann, Heinz: Migration als Auslöser, Verstärker und Überwinder von Feindbildern. In: Feindbilder in Europa. Analysen und Perspektiven. Hg. v. Sir Peter Ustinov Institut. Wien 2008. S.25-34.

Faßmann, Heinz und Münz, Rainer: Einwanderungsland Österreich? Gastarbeiter – Flüchtlinge – Immigranten. Wien 1990.

Fassmann, Heinz und Münz, Rainer: Österreich – Einwanderungsland wider Willen. In: Migration in Europa. Historische Entwicklung, aktuelle Trends, politische Reaktionen. Hg. v. Heinz Fassmann und Rainer Münz. Frankfurt/Main und New York 1996. S. 209-229.

Fleras, Augie: The Conventional News Paradigm as Systemic Bias: Re-Thinking the (Mis-) Representational Basis of Newsmedia-Minority Relations in Canada. In: Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2006. S. 179-222.

Fleras, Augie und Elliot, Jean Leonard: Engaging Diversity. Multiculturalism in Canada. Toronto² 2002.

Flick, Uwe: Triangulation. Eine Einführung, 3., aktualisierte Auflage. Wiesbaden 2011.

Foroutan, Naika: Neue Deutsche, Postmigranten und Bindungs-Identitäten. Wer gehört zum neuen Deutschland? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 46-47/2010. S. 9-15.

FPÖ: Strache zum Internationalen Tag der Migranten: Österreich ist kein Einwanderungsland! Im Internet: <http://www.fpoe.at/aktuell/detail/news/strache-zum-internationalen-ta/>

Geißler, Rainer: Einheit in Verschiedenheit. Die interkulturelle Integration von Migranten – ein humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation. In: Berliner Journal für Soziologie, 3/2004. S. 287-298.

Geißler, Rainer: Fazit. In: Medien und Integration in Nordamerika. Erfahrungen aus den Einwanderungsländern Kanada und USA. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2010. S. 247-266.

Geißler, Rainer: Interkulturelle Integration von Migranten – ein humaner Mittelweg zwischen Assimilation und Segregation. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie. Bielefeld 2005. S. 45-71.

Geißler, Rainer: Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2005. S.71-79.

Geißler, Rainer: Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. Der Beitrag der Massenmedien zur interkulturellen Integration. Im Internet: <http://www.uni-siegen.de/phil/sozialwissenschaften/soziologie/mitarbeiter/geissler/wiso-diskurs.pdf>

Geißler, Rainer und Pöttker, Horst: Bilanz. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld 2005. S. 391-396.

Geißler, Rainer und Pöttker, Horst: Mediale Integration von Migranten. In: Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2006. S.13-44.

Geißler, Rainer [u.a.]: Wenig ethnische Diversität in deutschen Zeitungsredaktionen. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2009. S. 79-117.

Georgiou, Myria: Introduction: gender, migration and the media. In: Ethnic and Racial Studies, 5/2012. S. 791-799.

Georgiou, Myria und Joo, Jae-Won: Representing difference in the British Media. In: Media and Cultural Diversity in Europe and North America. Hg. v. Claire Frachon. Paris 2009. S. 60-72.

Glick Schiller, Nina [u.a.]: Transnationalismus: Ein neuer analytischer Rahmen zum Verständnis von Migranten. In: Transnationale Staatsbürgerschaft. Hg. v. Heinz Kleger. Frankfurt/Main und New York 1997. S.81-108.

Glick Schiller, Nina und Wimmer, Andreas: Methodological nationalism and beyond: nation-state building, migration and the social sciences. In: Global Networks, Vol.2, 4, 2002. S. 301-334.

Gordon, Milton: Assimilation in American Life. The Role of Race, Religion, and National Origin. New York 1964.

Gouma, Assimina: Migration und Medien. Mediennutzung, Identität und politische Partizipation der GriechInnen in Wien. Wien 2007 (=Diplomarbeit).

Griese, Hartmut M. und Sievers, Isabel: Bildungs- und Berufsbiografien erfolgreicher Transmigranten. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 46-47/2010. S. 22-28.

Grote, Maik: Integration von Zuwanderern: Die Assimilationstheorie von Hartmut Esser und die Multikulturalismustheorie von Seyla Benhabib im Vergleich. Bremen 2011.

Grüner Klub im Parlament: Korun: Nach nur zwei Jahren entsorgt Regierung Integrationspolitik wieder. Im Internet:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20131213_OTS0095/korun-nach-nur-zwei-jahren-entsorgt-regierung-integrationspolitik-wieder

Grundversorgungsgesetz - Bund 2005 - GVG-B 2005 BGBl. Nr. 405/1991. Im Internet: <http://ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10005>

Haas, Hannes: Evaluierung der Presseförderung in Österreich. Status, Bewertung, internationaler Vergleich und Innovationspotenziale. Wien 2012.

Haslinger, Eva: "Auf die Person kommt es an". Experten zu Integrationsstaatssekretär abwartend. Im Internet: <http://oe1.orf.at/artikel/275203>

Hall, Stuart: Ideologie, Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4. Hamburg³ 2010.

Hargreaves, Alec G.: Ethnic diversity and the media in Canada. In: Media and cultural diversity in Europe and North America. Hg. v. Claire Frachon. Paris 2009. S. 109-114.

Hargreaves, Alec G.: Ethnic diversity and the media in the United States. In: Media and Cultural Diversity in Europe and North America. Hg. v. Claire Frachon. Paris 2009. S. 104-108.

Hausjell, Fritz: Endbericht zur wissenschaftliche Studie zum Thema Warum MigrantInnen derzeit ORF-Programmangebote in den Bereichen Fernsehen, Hörfunk und Online wenig oder nicht nutzen – und mit welchen Innovationen und Maßnahmen sie stärker angesprochen werden können. Wien 2010.

Heinelt, Peer: Porträt eines Schreibtischtäters. Franz Ronneberger (1913-1999). In: Die Spirale des Schweigens. Zum Umgang mit der nationalsozialistischen Zeitungswissenschaft. Hg. v. Wolfgang Duchkowitsch [u.a.]. Wien 2004. S. 193-218.

HELP.gv.at: Aufenthaltsrecht und Erwerbstätigkeit in der EU. Im Internet: <https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/48/Seite.480102.html>

HELP.gv.at: Beamter. Im Internet: <http://www.help.gv.at/Content.Node/99/Seite.991030.html>

HELP.gv.at: Integrationsvereinbarung. Im Internet: <https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/12/Seite.120500.html>

HELP.gv.at: Schüler mit anderen Erstsprachen als Deutsch. Im Internet: <http://www.help.gv.at/Content.Node/11/Seite.110005.html>

Hepp, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden 2010.

Hepp, Andreas: Medienkultur kritisch erforschen: Cultural Studies und Medienanalyse. In: Kultursoziologie. Paradigmen – Methoden – Fragestellungen. Hg. v. Monika Wohlrab-Sahr. Wiesbaden 2010. S. 227-249.

Herczeg, Petra: Geschlossene Gesellschaft: Über Diversität in den Medien, Journalismus und Migration. In: Migration und Integration – wissenschaftliche Perspektiven aus Österreich. Hg. v. Julia Dahlvik [u.a.]. Göttingen und Wien 2012. S. 177-192.

Herczeg, Petra: Integration durch Kommunikation. Fünf Thesen über einen notwendigen kommunikationswissenschaftlichen und gesellschaftlichen Diskurs. In: Journalismus und Öffentlichkeit. Hg. v. Tobias Eberwein und Daniel Müller. Wiesbaden 2010. S. 169-180.

Hickethier, Knut: Fernsehen und kultureller Wandel. In: Massenmedien und Zeitgeschichte. Hg. v. Jürgen Wilke. Konstanz 1999. S. 144-159.

Hipfl, Brigitte: Mediale Identitätsräume. Skizzen zu einem ‚spatial turn‘ in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topografie. Hg. v. Brigitte Hipfl [u.a.]. Bielefeld 2004. S. 16-50.

Hofmann, Roswitha: Gesellschaftstheoretische Grundlagen für einen reflexiven und inklusiven Umgang mit Diversitäten in Organisationen. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Regine Bendl [u.a.]. Wien 2012. S. 23-60.

Hristozova-Weiss, Yordanka: Ethno-Marketing: Werbung lernt Fremdsprachen. Im Internet: http://diepresse.com/home/panorama/integration/453488/EthnowbrMarketing_Werbung-lernt-Fremdsprachen

Iglesias, Mercedes Pascual: Migranten-Journalisten in Deutschland. Eine explorative Untersuchung über Chancen und Hindernisse im deutschen Journalismus. Köln 2005.

Imbusch, Peter und Rucht, Dieter: Integration und Desintegration in modernen Gesellschaften. In: Integrationspotenziale einer modernen Gesellschaft. Hg. v. Wilhelm Heitmeyer und Peter Imbusch. Wiesbaden 2005. S. 13-72.

Integrationsbericht. Vorschläge des Expertenrats für Integration. Im Internet: http://www.integration.at/media/files/expertenrat/Vorschlaege_Langfassung.pdf

Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Hg. v. Kathrin Kissau und Uwe Hunger. Wiesbaden 2009.

Jäckel, Michael: Medien und Integration. In: Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Hg. v. Michael Jäckel. Wiesbaden 2005. S.219-236.

Jarren, Ottfried: Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an Medien. In: M&K, 1/2000. S. 22-41.

Jugend, Medien und Migration: Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Hg. v. Heinz Bonfadelli [u.a.]. Wiesbaden 2008.

Kaas, Leo und Manger, Christian: Ethnic Discrimination in Germany's Labour Market: A Field Experiment, Discussion Paper No. 4741. Konstanz 2010. Im Internet: <http://ftp.iza.org/dp4741.pdf>

Kaltenbrunner, Andy [u.a.]: Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher. Eine empirische Erhebung. Wien 2007.

Kaltenbrunner, Andy [u.a.]: Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. Eine repräsentative Befragung. Wien 2008.

Keil, Susanne: Medienfrauen in Führungspositionen. „Gibt es einen weiblichen Journalismus?“ – revisited. In: Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Hg. v. Elisabeth Klaus [u.a.]. Wiesbaden 2001. S.144-162.

Kissau, Kathrin: Das Integrationspotential des Internet für Migranten. Wiesbaden 2008.

Kissau, Kathrin und Hunger, Uwe: Internet und Migration. Einführung in das Buch. In: Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Hg. v. Kathrin Kissau und Uwe Hunger. Wiesbaden 2009. S. 7-11.

Klaus, Elisabeth: Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus. Wiesbaden 1998.

Klaus, Elisabeth: Von der Beschränktheit unserer Öffentlichkeitstheorien im europäischen Kontext. In: Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Hg. v. Wolfgang R. Langenbucher und Michael Latzer. Wiesbaden 2006. S. 93-106.

Klaus, Elisabeth und Drüeke, Ricarda: Inklusion und Exklusion in medialen Identitätsräumen. In: Identität und Inklusion im europäischen Sozialraum. Hg. v. Elisabeth Klaus [u.a.]. Wiesbaden 2010. S. 113-131.

Klaus, Elisabeth und Lücke, Stephanie: Reality TV – Definition und Merkmale einer erfolgreichen Genrefamilie am Beispiel von Reality Soap und Docu Soap. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 2003/2. S. 195-212.

Klaus, Elisabeth und Lünenborg, Margreth: Cultural Citizenship. Ein kommunikationswissenschaftliches Konzept zur Bestimmung kultureller Teilhabe in der Mediengesellschaft. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 2004/2. S. 193-213.

Kleine Zeitung: Rot-Weiß-Rote-Karte weiter kein Renner. Im Internet: <http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/politik/2938445/rot-weiss-rot-karte-weiter-renner.story;jsessionid=A038D6F456812AC493660CDE0B8C4C34.p4>

Koch, Julia: Frauen im Journalismus – Ursache und Wirkung der geschlechtsbedingten ungleichen Machtverteilung in den Medien. Bremen 2002 (= Diplomarbeit).

Korun, Alev: Frauen in der Migration. In: Gastarbeiteri. 40 Jahre Arbeitsmigration. Hg. v. Hakan Gürses [u.a.]. Wien 2004. S. 69-76.

Kymlicka, Will: Multikulturalismus und Demokratie. Über Minderheiten in Staaten und Nationen. Assen 1997.

Lackner, Helga: Fremde als Mediennutzer: eine qualitative Analyse von Mediennutzung und medienbezogenen Bedürfnissen am Beispiel von Migranten aus dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawien und deren Nachkommen in Österreich. Wien 2000 (=Diplomarbeit).

Linder, Andreas: Diversity Mainstreaming in der westlichen Medienlandschaft. Im Internet: [http://www.migration-boell.de/downloads/diversity/Linder_Diversity_mainstreaming\(1\).pdf](http://www.migration-boell.de/downloads/diversity/Linder_Diversity_mainstreaming(1).pdf)

Lueg, Klarissa: Habitus, Herkunft und Positionierung. Logik des journalistischen Feldes. Wiesbaden 2012.

Lünenborg, Margreth: Geschlecht als Analyseperspektive in der Journalismusforschung. Potenziale und Defizite. In: Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Hg. v. Elisabeth Klaus [u.a.]. Wiesbaden 2001. S. 124-143.

Lünenborg, Margreth: Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf. Wiesbaden 2005.

Lünenborg, Margreth und Maier, Tanja: Gender Media Studies. Eine Einführung. Konstanz und München 2013.

Maier, Tanja: Gender und Fernsehen: Perspektiven einer kritischen Medienwissenschaft. Bielefeld 2007.

Mayring, Philipp: Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Weinheim und Basel 2002.

Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Im Internet: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2383>

Mauler, Veronika: Arbeit für Asylwerber – viele Hürden. Im Internet: <http://oe1.orf.at/artikel/329227>

McCombs, Maxwell und Shaw, Donald L.: The agenda-setting Function of Mass media. In: Public Opinion Quarterly, 2/1972. 176-187.

McLuhan, Herbert Marshall: Medien als Ausweitungen des Menschen. Medium und Botschaft. In: Texte zur Medientheorie. Hg. v. Günter Helmes und Werner Köster. Stuttgart 2002. S. 231-236.

McQuail, Denis: Mass Communication Theory. An Introduction. Third edition. London 1994.

Mediasmarts: History. Im Internet: <http://mediasmarts.ca/about-us/history>

Medienservicestelle: JournalistInnen mit Migrationshintergrund: Neue Zahlen. Im Internet: http://medienservicestelle.at/migration_bewegt/2012/11/21/neue-zahlen-zu-journalistinnen-mit-migrationshintergrund/

Mensi-Klarbach, Heike: Der Business Case für Diversität und Diversitätsmanagement. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Bendl, Regine [u.a.]. Wien 2012. S. 299-326.

Merten, Klaus: Das Bild der Ausländer in der deutschen Presse. Ergebnisse einer systematischen Inhaltsanalyse. Frankfurt am Main 1986.

Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft. Hg. v. Horst Pöttker und Juliana Lofink. Wiesbaden 2015. (Zum Zeitpunkt der Abfassung dieser Arbeit noch nicht erschienen.)

Migranten und Fernsehen in Österreich 2007. Hg. v. GfK Austria. Wien 2008. Im Internet: http://mediaresearch.orf.at/c_studien/Migranten_Fernsehen_2007.pdf

Mikos, Lothar: Mediensozialisation und Identitätsmarkt Fernsehen. In: Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Hg. v. Rehberg, Karl-Siegbert. Frankfurt am Main 2006. S. 3356-3369.

M-Media: Der Verein. Im Internet: <http://www.m-media.or.at/verein/ueber-uns/&sid=c3e0eea40063eaa9215885a9d159ff5f>

M-Media: Medien.Messe.Migration – Diversität ist ohne Alternative. Im Internet: <http://www.m-media.or.at/medienmesse/>

M-Media: Über uns. Im Internet: <http://www.m-media.or.at/verein/ueber-uns/>

Morley, David und Robins, Kevin: Spaces of identity. Global media, electronic landscape and cultural boundaries. London und New York 1996.

Müller, Daniel: Die Darstellung ethnischer Minderheiten in deutschen Massenmedien. In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld 2005. S. 83-126.

Müller, Marion: Geschlecht und Ethnie. Historischer Bedeutungswandel, interaktive Konstruktion und Interferenzen. Wiesbaden 2003.

Müller, Marion und Zifonun, Darius: Wissenssoziologische Perspektiven auf ethnische Differenzierung und Migration: Eine Einführung. In: Ethnowissen. Soziologische Beiträge zu ethnischer Differenzierung. Hg. v. Marion Müller und Darius Zifonun. Wiesbaden 2010. S. 9-33.

Münch, Richard: Globale Dynamik, lokale Lebenswelten. Der schwierige Weg in die Weltgesellschaft. Frankfurt am Main 1998.

Muttonen, Lena: Die Integration von Staatsangehörigen in den österreichischen Arbeitsmarkt. Wien 2008.

Nationaler Aktionsplan für Integration. Bericht. Hg. v. Bundesministerium für Inneres. Bericht. Im Internet: http://www.integration.at/media/files/nap/Bericht_zum_Nationalen_Aktionsplan.pdf

Neuberger, Christoph: Was ist neu am neuen Fernsehen? In: Medium Nr. 2, S. 67-71.

Newcomb, Horace und Hirsch, Paul: Television as a Cultural Forum. In: Newcomb, Horace: Television, The Critical View. New York 2000. S. 561–573.

Nishikawa, Katsuo A. [u.a.]: Interviewing the Interviewers: Journalistic Norms and Racial Diversity in the Newsroom, Howard Journal of Communications, 20:3, 2009. S. 242-259.

NN: Size of ethnic groups: ONS estimates, 2009. Im Internet: <http://www.ethnicity.ac.uk/population/size.html>

Noelle-Neumann, Elisabeth: Die Schweigespirale. München und Zürich 1980.

Oberösterreichische Nachrichten: Teletest: Der österreichische Reichweiten-Test wird heuer 20 Jahre alt. Im Internet: <http://www.nachrichten.at/nachrichten/kultur/Teletest-Der-oesterreichische-Reichweiten-Test-wird-heuer-20-Jahre-alt;art16,643880>

Oelberg, Leslie: Die Sprache in den österreichischen Printmedien als Transportmittel von Meinung und Vorurteil : eine Analyse der Berichterstattung des Themas Einwanderung am Beispiel rumänischer Migranten 1989/90. Wien 2002.

Österreichischer Presserat: Grundsätze für die publizistische Arbeit. Im Internet: http://www.presserat.at/rte/upload/pdfs/grundsaeetze_fuer_die_publizistische_arbeit_ehrenkodex_fuer_die_oesterreichische_presse_idf_vom_02.12.2013.pdf

Özgül, Atila: Die Mediennutzung türkischer Migranten in Österreich: ein Vergleich zwischen der ersten und zweiten Generation. Wien 2006 (=Diplomarbeit).

ORF: Der Auftrag: ORF-G §5(1), § 10(3). Im Internet: http://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=84

ORF: Der öffentliche Auftrag – die Charta des ORF. <http://publikumsrat.orf.at/charta.html>

ORF: Die ORF Radioinformation sucht Lehrredakteur/innen. Im Internet: <http://jobs.orf.at/job409.html>

ORF: Migranten stellen 13,5 Prozent der Kaufkraft. Im Internet: <http://oesv1.orf.at/stories/463188>

Oswald, Ingrid: Migrationssoziologie. Konstanz 2007.

Oulios, Miltiadis: Weshalb gibt es so wenig Journalisten mit Einwanderungshintergrund in deutschen Massenmedien? In: Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2009. S. 119-144.

Paier, Dietmar: Quantitative Sozialforschung. Eine Einführung. Wien 2010.

Perchinig, Bernhard: Migration, Integration und Staatsbürgerschaft – was taugen die Begriffe noch? In: Integration in Österreich. Sozialwissenschaftliche Befunde. Hg. v. Herbert Langthaler. Innsbruck 2010. S. 13-32.

Vgl. Perchinig, Bernhard: Von der Fremdarbeit zur Integration? Migrations- und Integrationspolitik in Österreich seit 1945. In: Viel Glück! Migration heute. Wien, Belgrad, Zagreb, Istanbul. Hg. v. Vida Bakondy [u.a.] Wien 2010. S. 142–160.

Piga, Andrea: Mediennutzung von Migranten: Ein Forschungsüberblick. In: Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? Hg. v. Heinz Bonfadelli und Heinz Moser. Wiesbaden 2007. S. 209-234.

pm/ks: Integration: Mehr Deutsch für besseren Zugang am Arbeitsmarkt. In: APA vom 18.01.2010.

Pöttker, Horst: Fazit II. In: Medien und Integration in Nordamerika. Erfahrungen aus den Einwanderungsländern Kanada und USA. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2010. S. 259-266.

Pöttker, Horst und Fölting, Anne: Multikulturalismus und ethnische Minderheiten in den Medien der USA. Im Internet: <http://www.bpb.de/files/RZ1ZPV.pdf>

Pöttker, Horst und Weibert, Anne: Diversity. Ethnische Minderheiten in den Medien der USA. In: Medien und Integration in Nordamerika. Erfahrungen aus den

Einwanderungsländern Kanada und USA. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2010. S. 165-189.

Puls4: David Alaba wird PULS 4-Testimonial. Im Internet: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120626_OTS0188/david-alaba-wird-puls-4-testimonial

Puls4: Moderatoren. Im Internet: <http://www.puls4.com/moderatoren>

pwi/bru/whl: Trinkende Jugend, schwangere Teenager - "Dosis im TV wird verstärkt". In APA vom 6.5.2010.

Race Relations Act 1976. Im Internet: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1976/74>

Race Relations (Amendment) Act 2000. Im Internet: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2000/34/section/2>

Recommendations on Statistics of International Migration. Revision 1, Statistical Papers Series M, No. 58, Rev. 1. Hg. v. United Nations, Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division. New York 1998.

Reinprecht, Christoph: Empirisch gestützte Reflexionen zur Bestimmung des Integrationserfolgs im Migrationskontext. In: Integration in Österreich. Sozialwissenschaftliche Befunde. Hg. v. Herbert Langthaler. Innsbruck 2010. S. 42-48.

Reinprecht, Christoph und Weiss, Hilde: Migration und Integration: Soziologische Perspektiven und Erklärungsansätze. In: Migrations- und Integrationsforschung – multidisziplinäre Perspektiven. Hg. v. Heinz Fassmann und Julia Dahlvik. Wien 2011. S. 13-31.

Riechert, Ute: Gibt es beim WDR eine „Ausländerquote“? In: WDR Print. Die Zeitung des Westdeutschen Rundfunks. Ein Special zur kulturellen Vielfalt und Integration. Nr. 446, Juni 2013.

Röben, Bärbel: Migrantinnen im deutschen Journalismus – ein weißer Fleck. Forschungsüberblick und Perspektiven. In: Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. Festschrift für Horst Pöttker. Hg. v. Tobias Eberwein und Daniel Müller. Wiesbaden 2010. S. 263-279.

Röben, Bärbel: Migrantinnen in den Medien. Diversität in der journalistischen Produktion – am Beispiel Frankfurt/Main. In: Medien – Diversität – Ungleichheit. Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz. Hg. v. Ulla Wischermann und Tanja Thomas. Wiesbaden 2008. S. 141-159.

Röben, Bärbel: Umgang mit Differenzen als Schlüsselqualifikation. Projekte zur Einführung einer interkulturellen Perspektive in die JournalistInnenausbildung. In: Die Zukunft der Kommunikationsberufe. Ausbildung, Berufsfelder, Arbeitsweisen. Hg. v. Kurt Neubert und Helmut Scherer. Konstanz 2004. S. 265-275.

Rohrauer, Bettina: "Du nix Hammel braten in Hof ...": Fremdenbild und Ausländerpolitik in Grazer Printmedien; eine linguistische Analyse. Graz 1995 (=Diplomarbeit).

Roland Berger Strategy Consultants: Dream-Team statt Quote. Studie zu „Diversity and Inclusion“. München 2011.

http://www.rolandberger.com/media/pdf/Roland_Berger_DiversityInclusion_D_20110509.pdf

Ronneberger, Franz: Integration durch Massenkommunikation. In: Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung – Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. Hg. v. Ulrich Saxer. München 1985. S. 3-18.

Ronneberger, Franz: Funktionen des Systems Massenkommunikation. In: Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktionen der Massenmedien. Hg. v. Hannes Haas und Ottfried Jarren. Wien 2002. S. 61-68.

Ronneberger, Franz: Die politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: Zur Theorie der politischen Kommunikation. Hg. v. Wolfgang R. Langenbucher. München 1974. S. 193-205.

RTR: TV-Programmanalyse. Fernsehvollprogramme in Österreich 2011, Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Band 1/2012. Im Internet: <https://www.rtr.at/de/komp/SchriftenreiheNr12012/Band1-2012.pdf>

Sauer, Martin und Schmidt, Andrea: Strategien und Instrumente der Personalentwicklung zur Interkulturellen Öffnung. In: Interkulturelle Öffnung. Ein Lehrbuch. Hg. v. Christiane Griesse und Helga Marburger. München 2012. S. 79-92.

Schaffer, Johanna: Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung. Bielefeld 2008.

Scheibelhofer, Paul: Arbeiter, Kriminelle, Patriarchen. In: Kann die Migrantin sprechen? Migration und Geschlechterverhältnisse. Hg. v. Eva Hausbacher [u.a.] Wiesbaden 2012. S. 62-82.

Schlesinger, Philip: On national identity: some conceptions and misconceptions criticised. In: Social science information, 2/1987. S. 219-264.

Schmidinger, Thomas: Migration und Integration. In: Integration in Österreich. Sozialwissenschaftliche Befunde. Hg. v. Herbert Langthaler. Innsbruck 2010. S. 33-41.

Schmidt, Siegfried J.: Die Wirklichkeit des Beobachters. In: Die Wirklichkeit der Medien. Hg. v. Klaus Merten [u.a.]. Opladen 1994. S. 3-19.

Schöllhammer, Gertraud: KommunikatorIn MigrantIn - Cultural Diversity in österreichischen Tageszeitungen. Wien 2012 (=Dissertation).

Schulte, Axel und Treichler, Andreas: Integration und Antidiskriminierung. Eine interdisziplinäre Einführung. Weinheim und München 2010.

Schulz, André: Strategisches Diversitätsmanagement. Unternehmensführung im Zeitalter der kulturellen Vielfalt. Wiesbaden 2009.

Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg und München 1976.

Schulz, Winfried: Politische Kommunikation: Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung, 3., überarbeitete Auflage. Wiesbaden 2011.

Schumacher, Sebastian: Die Neuorganisation der Zuwanderung durch das Fremdenrechtspaket 2005. Working Papers Nr:12, Kommission für Migrations- und Integrationsforschung. Österreichische Akademie der Wissenschaften. Im Internet: http://www.oeaw.ac.at/kmi/Bilder/kmi_WP12.pdf

Silverstone, Roger: Media and Morality. On the rise of the mediapolis. Cambridge 2007

Silverstone, Roger: Television and everyday life. London und New York 1994.

SOS Mitmensch: Bereits 3-jährige Kinder unter Leistungs- und Integrationsdruck. Im Internet: <http://www.sosmitmensch.at/site/home/article/472.html>

SOS Mitmensch: SOS Mitmensch startet Petition gegen Diskriminierungspolitik in neuem Gewand. Im Internet: http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20120327_OTS0037/sos-mitmensch-startet-petition-gegen-diskriminierungspolitik-in-neuem-gewand

Statistik Austria: Armutsgefährdung und Lebensbedingungen in Österreich. Ergebnisse aus EU-SILC 2009. Wien 2011.

Statistik Austria: Asylanträge seit 2001 nach Staatsangehörigkeit. Im Internet: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bevoelkerung/wanderungen/asyl/022914.html

Statistik Austria: Beschäftigung und Arbeitsmarkt, Kapitel 15.2. Im Internet: http://www.statistik.at/web_de/services/stat_uebersichten/beschaeftigung_und_arbeitsmarkt/index.html

Statistik Austria: Bildung in Zahlen 2011/12. Schlüsselindikatoren und Analysen. Wien 2013.

Statistik Austria: migration & integration. zahlen. daten. indikatoren. 2013. Wien 2013.

Statistik Austria: Schlüsselkompetenzen von Erwachsenen. Erste Ergebnisse der PIACC-Erhebung 2011/12. Wien 2013.

Starck, Kenneth: Embracing Unity in Diversity: Media and Ethnic Minorities in the USA. In: Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Hg. v. Rainer Geißler und Horst Pöttker. Bielefeld 2006. S.149-178.

Stradner, Maria: Mehrheit – Macht – Medien. Die Integration von Personen mit Migrationshintergrund in die österreichischen Redaktionen. Graz 2010 (=Diplomarbeit).

Suchaň, Birgit: 4.1 Risikoschüler/innen. In: PIRLS 2006: Die Lesekompetenz am Ende der Volksschule – Österreichischer Expertenbericht. Hg. v. Birgit Suchaň [u.a.]. Graz 2009. Im Internet:<https://www.bifie.at/buch/875/4/1>

Terkessidis, Mark: Die Banalität des Rassismus. Migranten zweiter Generation entwickeln eine neue Perspektive. Bielefeld 2004.

Terkessidis, Mark: Globale Kultur in Deutschland: Der lange Abschied von der Fremdheit. In: Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Wiesbaden⁴ 2008. S. 311-325.

Ter Wal, Jessika: Racism and Cultural Diversity in the Mass Media. An overview of research and examples of good practice in the EU Member States 1995 – 2000. Wien 2002.

Thienel, Rudolf: Integration als rechtliche Querschnittsmaterie. In: 2. Österreichischer Migrations- und Integrationsbericht. Hg. v. Heinz Fassmann. Klagenfurt 2007. S. 83-126.

Thomas, David A. und Ely, Robin J.: Making Differences Matter: A New Paradigm for Managing Diversity. In: Harvard Business Review on Managing People. September-October, S. 121-154.

Trebbe, Joachim: Ethnische Minderheiten, Massenmedien und Integration. Eine Untersuchung zu massenmedialer Repräsentation und Medienwirkungen. Wiesbaden 2009.

Trebbe, Joachim [u.a.]: 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. Berlin 2010.

UNHCR: Flüchtlingsland Österreich. Im Internet: <http://www.unhcr.at/unhcr/in-oesterreich/fluechtlingsland-oesterreich.html>

Unterwurzacher, Anne: „Ohne Schule bist du niemand!“ – Bildungsbiographien von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. In: Leben in zwei Welten. Zur sozialen Integration ausländischer Jugendlicher der zweiten Generation. Hg. v. Hilde Weiss. Wiesbaden 2007. S.71-96.

Vereinswesen. Im Internet: http://www.bmi.gv.at/cms/BMI_Vereinswesen/faq/Frage_05.aspx

Vlašić, Andreas: Die Integrationsfunktion der Massenmedien. Begriffsgeschichte, Modelle, Operationalisierung. Wiesbaden 2004.

Vlašić, Andreas und Brosius, Hans-Bernd: „Wetten dass ...“ - Massenmedien integrieren? Die Integrationsfunktion der Massenmedien: Zur empirischen Beschreibbarkeit eines normativen Paradigmas. In: Integration und Medien. Hg. v. Kurt Imhof u.a. Wiesbaden 2002. S. 93-109.

Vörös, László: Methodological and Theoretical Aspects of ‚Social Identities‘ Research in Historiography. In: Frontiers and Identities. Exploring the Research Area. I/IV/2006. Hg. v. Lud’a Klusáková [u.a.] S. 27-45.

Warmuth, Gloria-Sophia: Die strategische Implementierung von Diversitätsmanagement in Organisationen. In: Diversität und Diversitätsmanagement. Hg. v. Bendl, Regine [u.a.]. Wien 2012. S. 206-210.

WDR: Media-Analyse veröffentlicht. Im Internet:
<http://www1.wdr.de/unternehmen/mediaanalyse102.html>

WDR: Talentwerkstatt WDR Grenzenlos. Im Internet:
<http://www1.wdr.de/unternehmen/karriere/talentwerkstatt106.html>

WDR: Wir sind viele. Wir sind Vielfalt! In: WDR Print. Die Zeitung des Westdeutschen Rundfunks. Ein Special zur kulturellen Vielfalt und Integration. Nr. 446, Juni 2013.

Weber, Max: Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen 1922.

Weiss, Hilde und Unterwurzacher, Anne: Soziale Mobilität durch Bildung? – Bildungsbeteiligung von MigrantInnen. In: 2. Österreichischer Migrations- und Integrationsbericht. Hg. v. Heinz Fassmann. Klagenfurt 2007. S. 227-241.

Wert über Gebühr. Public Value Bericht 2009/2010. Hg. v. ORF. Wien 2010.

Wilhelmer, Philipp: Migranten auf den Schirm bringen. In: Kurier vom 08.09.2013. Im Internet: <http://kurier.at/kultur/medien/migranten-auf-den-schirm-bringen/25.803.723>

Williams, Raymond: „Culture is ordinary“ (1958). In: Cultural Theory. An anthology. Hg. v. Imre Szeman und Timothy Kaposy. Chichester 2011. S. 53-59.

Wilson, Clint: Black journalists in paradox: Historical perspectives and current dilemmas. New York 1991.

Wippersberg, Julia: Public Value – Identitätsbildung auf österreichischer und europäischer Ebene durch Rundfunkprogramme. In: Texte 2. Öffentlich-rechtliche Qualität im Diskurs. Hg. von ORF. Wien 2010.

Witzel, Andreas: Das problemzentrierte Interview, Forum qualitative Sozialforschung, Volume 1, No. 1, Art. 22. Im Internet: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewArticle/1132/2519>

Wolf, Frederike: Interkulturelle Integration als Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Die Einwanderungsländer Deutschland und Großbritannien im Vergleich. Wiesbaden 2011.

Zabel, Christian: Wettbewerb im deutschen TV-Produktionssektor. Produktionsprozesse, Innovationsmanagement und Timing-Strategien. Wiesbaden 2009.

Zambonini, Gualtiero: Der Westdeutsche Rundfunk – Integration als business case. Im Internet: http://www.migration-boell.de/web/diversity/48_1235.asp

Zauner, Karin: Zuwanderung – Herausforderung für Österreichs Medien. Wien 2011 (=Dissertation).

Zelechowski, Eva: (K)ein Abbild der Gesellschaft. Im Internet: http://www.wienerzeitung.at/themen_channel/wz_integration/gesellschaft/577538_Kein-Abbild-der-Gesellschaft.html

Zöllner, Olier: Zugehörigkeit und Teilhabe von Migranten in der Mediengesellschaft: Neue Fernsehkanäle und die alte Aufgabe Integration. In: Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Hg. Andreas Hepp [u.a.]. Wiesbaden 2008. S. 291-309.

2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Cultural Citizenship als Kontext medialer Bedeutungsproduktionen – Klaus und Lünenborg, Citizenship, S. 201	51
Abbildung 2 Primäre Realität, Medienrealität, Soziale Realität – Bonfadelli, Rundfunk, S. 184	54
Abbildung 3 Interkulturelle Integration nach Rainer Geißler – Geißler, Einheit, S. 296	83
Abbildung 4 Anteil der RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln in österreichischen TV-Sendern – eigene Darstellung	164
Abbildung 5 Altersverteilung unter den TV-JournalistInnen, Vergleich der Angaben von TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	168
Abbildung 6 Zeitraum, in dem TV-RedakteurInnen im Journalismus arbeiten, Vergleich der Angaben von Personen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	169
Abbildung 7 Bewertung der Einstiegschancen im Journalismus, Vergleich zwischen TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	173
Abbildung 8 Bewertung des persönlichen Einstiegs in den Journalismus, Vergleich zwischen TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	174
Abbildung 9 Erfahrene Diskriminierung im Berufsleben – Vergleich zwischen TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung.....	177
Abbildung 10 Bewertung der „ethnischen“ Diversität im TV-Unternehmen – Vergleich zwischen Personen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	179
Abbildung 11 Bewertung von „ethnischer“ Diversität als Unternehmensstrategie – eigene Darstellung	181

Abbildung 12 Beurteilung einer möglichen Auswirkung des Migrationshintergrundes auf die journalistische Laufbahn, Vergleich zwischen Personen mit Migrationshintergrund und ohne – eigene Darstellung	182
Abbildung 13 Bewertung möglicher Vorteile durch die Mitarbeit von RedakteurInnen mit Migrationshintergrund, Vergleich zwischen Personen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	184
Abbildung 14 Wunsch nach mehr MitarbeiterInnen mit Migrationshintergrund im TV-Unternehmen, Vergleich zwischen den Angaben der TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	186
Abbildung 15 Beurteilung einer Quote für „ethnische“ Diversität im TV-Unternehmen, Vergleich zwischen den Angaben der TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	187
Abbildung 16 Personen mit Migrationshintergrund in ModeratorInnenenjobs – Vergleich der Beurteilung zwischen TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	188
Abbildung 17 Beurteilung des Zusammenhangs von medialer Berichterstattung und gesellschaftlicher Einstellung zu Migration und Integration, Vergleich der Angaben von TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	189
Abbildung 18 Eigene berufliche Beschäftigung mit Migrationsthemen, Vergleich der Angaben von TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	191
Abbildung 19 Bedeutung des Migrationshintergrundes beim Berufseinstieg von TV-RedakteurInnen mit Migrationshintergrund – eigene Darstellung.....	192
Abbildung 20 Bedeutung des Migrationshintergrundes in der beruflichen Laufbahn von JournalistInnen mit Migrationshintergrund – eigene Darstellung	193
Abbildung 21 Persönlich erlebte Diskriminierung aufgrund des Migrationshintergrundes – eigene Darstellung	195
Abbildung 22 Das Ablaufmodell induktiver Kategorienbildung nach Mayring (Mayring, Inhaltsanalyse, im Internet)	206

3 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Anteil der RedakteurInnen mit Migrationshintergrund in TV-Sendern – eigene Darstellung.....	164
Tabelle 2 Herkunftsländer der befragten TV-RedakteurInnen mit engerem Migrationshintergrund – eigene Darstellung	165
Tabelle 3 Studium – Vergleich zwischen TV-JournalistInnen mit ausländischen Wurzeln und ohne Migrationshintergrund – eigene Darstellung	171

4 Übersicht über die beigelegte CD

Auf der beigelegten CD finden sich drei Ordner. Im Ordner *Fragebogen* findet sich der Fragebogen, welcher für die quantitative Untersuchung verwendet wurde. Im Ordner *Fragenkataloge* sind die Fragebögen, die als Basis für die Interviews mit JournalistInnen mit Migrationshintergrund, JournalistInnen ohne Migrationshintergrund und Medienverantwortliche dienten. Im Ordner *Interviewtranskripte* finden sich schließlich sämtliche Interviewtranskripte der Interviews mit JournalistInnen und Medienverantwortlichen.

5 Zusammenfassung

Die vorliegende Studie „Diversität im Bild – Mediale Integration auf den Ebenen der Präsentation und Redaktion in österreichischen TV-Sendern“ ist die erste Untersuchung in der österreichischen Kommunikationswissenschaft, die sich systematisch mit der Thematik medialer Integration auf der Produktionsebene in österreichischen Fernsehsendern auseinandersetzt. Dabei werden Inklusionen und Exklusionen im journalistischen Produktionsprozess der TV-Sender untersucht und das Selbstverständnis der JournalistInnen mit Migrationshintergrund in ihrer beruflichen Rolle analysiert.

Die zentralen Fragestellungen der Untersuchung lauten: *Wie stark sind JournalistInnen mit Migrationshintergrund in Österreichs TV-Sendern vertreten?* und *Welche Rolle spielt der Migrationshintergrund in der journalistischen Arbeit – sowohl aus Sicht der RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln wie auch aus Sicht der Medienunternehmen?* Um diese Fragen zu beantworten, wurden TV-JournalistInnen von vier österreichischen Sendern in einem Online-Fragebogen, sowie 24 JournalistInnen, darunter RedakteurInnen mit Migrationshintergrund und autochthone JournalistInnen, in qualitativen Interviews befragt. Zudem wurden Interviews mit den VerantwortungsträgerInnen der vier untersuchten österreichischen TV-Sender *ORF*, *ATV*, *Puls4* und *ServusTV* geführt.

Die Studie legt nicht nur Daten über die Beteiligung von JournalistInnen mit Migrationshintergrund am Produktionsprozess österreichischer Fernsehsender vor, sondern gibt auch Aufschluss über den Umgang mit der Zuschreibung Migrationshintergrund in den Medienunternehmen und dabei auftretenden Barrieren für RedakteurInnen mit ausländischen Wurzeln. Als theoretische Basis der Arbeit dient der Cultural Studies-Ansatz und hier insbesondere das Modell des Cultural Citizenship sowie jenes medialer Identitätsräume.

6 Abstract

The following study with the title „Diversity on screen – medial integration in Austrian TV-newsrooms“ is the first of its kind in Austrian communication studies. The thesis gives an overview of medial integration in matters of media production in Austrian TV companies and it examines inclusion and exclusion in the journalistic production process of Austrian TV enterprises. The main aim is to investigate ethnic diversity in Austrian TV newsrooms – which includes a quantitative analysis of the percentage of journalists with foreign background and qualitative research – in the form of interviews with minority journalists about their perception of their role in mainstream news rooms and about barriers they are faced with in their career. Another important aspect of the survey is the attitude of the TV companies towards diversity management and inclusion of people with migrational background. The central research questions are: *What proportion of journalists in Austrian TV newsrooms have migrational background? How do people with migrational background perceive their role in the TV newsrooms? Do the TV companies attach importance to the background of the journalists?*

To answer these questions an online study was carried out with journalists from the Austrian TV channels *ORF*, *ATV*, *Puls4* and *ServusTV*. Moreover in-depth interviews with employees of these companies were conducted. The survey presents data about ethnic diversity in Austrian TV newsrooms and exposes how Austrian TV companies deal with diversity management and which journalistic norms are inherent in those newsrooms. The theoretical foundation of the thesis lies in cultural studies, in particular the model of cultural citizenship and medial identities.

7 Lebenslauf

Name: Mag. (FH) **Maria Stradner**

Staatsbürgerschaft: Österreich



Schulische Ausbildung

1997 – 2005: Bundesgymnasium Leibnitz

2005: Reifeprüfung

2005/2006: Sprachausbildung an der Dante Alighieri in Rom

Studium

Oktober 2006 bis Juni 2010: Diplomstudium „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ an der FH JOANNEUM in Graz

2010: Abschluss des Studiums – Diplomarbeit zum Thema „Mehrheit – Macht – Medien. Die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund in die österreichischen Redaktionen.“

Seit WS 2010: Doktoratsstudium an der Universität Wien, Forschungsschwerpunkt: Ethnische Diversität in österreichischen TV-Sendern

2012: Beitrag im MedienJournal: Migration: Im Hinter- oder Vordergrund. Über den Umgang mit der Herkunft JournalistInnen in der österreichischen Medienbranche. In: MedienJournal, 3/2012. S. 4-15.

Berufliche Tätigkeit

Seit April 2009: Nachrichtenredakteurin und –moderatorin bei „Radio Content Austria“

2008-2010: Beiträge für die Print-Titel „Furche“, „Falter“ und „Megaphon“

Seit 2012: Gastvorträge am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ der FH JOANNEUM in Graz

Seit WS 2014: Lehrauftrag am Studiengang „Journalismus und Public Relations (PR)“ der FH JOANNEUM in Graz