

Fachtagung Migranten und Medien 2007

ZDF 5.6.07 10.30 Uhr – 10.45 Uhr

Keynote 15 Min

Staatsministerin Prof. Dr. Maria Böhmer

Die Bedeutung der Medien für die Integration

- Es gilt das gesprochene Wort! -

[Anrede]

- Prof. Markus **Schächter**, ZDF-Intendant und Vorsitzender der ARD/ZDF Medienkommission,
- Dr. Helmut **Reitze**, Intendant des Hessischen Rundfunks und stellv. Vorsitzender der ARD/ZDF Medienkommission

I. Einstieg

In den siebziger Jahren veröffentlichte ein junger Journalist einen Artikel in einer Mainzer Zeitung. Der Artikel erschien unter dem Namen **Hans Lorentz**.

Die Redaktion fand seinen eigentlichen Namen zu fantasievoll und fremd.

Heute ist Giovanni di Lorenzo Herausgeber der **ZEIT**.

II. Migranten in den Medien

Seither die **Pseudonyme** verschwunden sind, hat sich die **Medienlandschaft** verändert!

Medienmacher und Journalisten aus Zuwandererfamilien sind **heute keine Seltenheit**:

- Dunja **Hayali** (heute-Moderatorin, ZDF)
- Hülya **Özkan** (Heute in Europa, ZDF)
- Mehmet **Kurtulus** (Kommissar Batu ab 2008, NDR-Tatort)
- Erkan **Arikan** (Funkhaus Europa, WDR)

Migranten sind im deutschen Fernsehen als Moderatorinnen, Darsteller, Autorinnen oder Kommentatoren tätig.

Aber es gibt keine **angemessene Präsenz** – gemessen an ihrem Bevölkerungsanteil.

Schätzungen: 2-3% der Medienschaffenden sind Migranten. Bevölkerungsanteil fast 20%

Auch in den Ausbildungsgängen zum Journalismus sind **Nachwuchskräfte mit Zuwanderungshintergrund** auffallend unterrepräsentiert.

Erfahrungen in anderen Ländern zeigen: Migrantinnen und Migranten vor und hinter der Kamera, vor und an den Mikrofonen sowie an den Redaktionsschreibtischen erschließen **Themen und Zielgruppen**, bringen **neue Blickwinkel** ein und behandeln Themen nicht nur vom Hörensagen, sondern aus der **eigenen Biographie**.

Mehr Farbe in die Medien zu bringen, liegt auch im eigenen Interesse der Sender. Es ist ein Stück Programmvielfalt und ein **Beitrag zur Integration**.

III. Gemeinsames Anliegen Integration

Integration kann nur gemeinsam gelingen.
Der **Integrationsgipfel** im letzten Sommer war ein wichtiges Signal der Bundeskanzlerin: Deutschland ist **Integrationsland!**

Am 12. Juli ist die Vorstellung des **Nationalen Integrationsplans** vorgesehen.

Das Gelingen des nationalen Integrationsplans steht und fällt mit dem Engagement aller gesellschaftlichen Gruppen.

Ob Sprachförderung, Ausbildung, Stadtentwicklung – hier ist ein Miteinander aller Beteiligten nötig. Dabei sind mir die **Medien** ein besonderes Anliegen.

Daher wurde eine eigene **Arbeitsgruppe** unter meiner Leitung unter dem Titel „Medien – Vielfalt nutzen“ eingerichtet.

Für die produktive und engagierte Beteiligung der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten an dieser AG möchte ich mich bedanken!

Auch in diesem Themen ist die deutsche **Sprachkompetenz** zentral: Sie ist Voraussetzung, um deutsche Medien zu nutzen; sie ist aber

auch Voraussetzung für den Einstieg in die Medienberufe.

Die **Ergebnisse** der Arbeitsgruppen fließen in NIP ein.

Ein konkretes Ergebnis der Arbeit liegt bereits vor: ZDF und WDR haben **Charta der Vielfalt** unterzeichnet. Nachahmer sind hier erwünscht.

Mit der Charta setzen Unternehmen ein **Zeichen der Anerkennung und Wertschätzung für die Vielfalt** ihrer Belegschaft, Kundschaft und Geschäftspartner.

IV. Darstellung von Migranten in den Medien

Um Vielfalt geht es auch in den Medien! Ein **Blick auf die Bildschirme** zeigt, dass auch nach 50 Jahren Zuwanderung unsere Massenmedien ein **unvollständiges Bild** von Migranten und gesellschaftlicher Vielfalt zeichnen. Der Lebensalltag und die Perspektiven von Migranten wird nur vereinzelt in Berichten und Beiträgen berücksichtigt. Überproportional wird von **Problemen** berichtet.

Und immer noch sind Schauspieler aus Zuwandererfamilien zu oft auf bestimmte Rollen festgelegt.

Es besteht daher ein „Nachholbedarf“ in der Programmgestaltung. Migranten sollten verstärkt als **selbstverständliche Protagonisten** aus der

Mitte unserer Gesellschaft in den Programmen vorkommen.

Migration und Integration sind als **Querschnittsthema** aller Programmangebote zu verankern. Ein **Integrationskanal** scheint dafür kein geeigneter Weg. Wir brauchen kein „Fernsehen für Migranten“, sondern die Einbindung in die Massenprogramme.

Wir brauchen ein mediales Angebot für alle Bevölkerungsgruppen – einschließlich der zugewanderten. Der richtige Weg ist also die Einbeziehung in das Programm, z. B. **Online-Angebot** zum Islam (ZDF, SWR).

V. Medien und Integration

Integration braucht die Medien. Sicher geschieht Integration letztlich durch Menschen und nicht durch Medien. Aber Medien und insbesondere das Fernsehen **bestimmen das Bild** der verschiedenen ethnischen und kulturellen Bevölkerungsgruppen wesentlich mit. Medien sind **Plattform** für die öffentliche Kommunikation der gesellschaftlichen Gruppen. Sie können **aufklärend** und integrierend wirken, sie können aber auch ausgrenzend wirken, zum Beispiel durch Pauschalisierung und Skandalisierung. Hier liegt eine besondere Verantwortung der Medienmacher.

Die Medien von heute sind wie der **Marktplatz**, auf dem sich die Menschen - Einheimische wie Zugewanderte – treffen und mehr übereinander erfahren. **Mediale Integration** heißt daher, zugewanderte Bevölkerungsgruppen gezielt anzusprechen, einzubinden und ihre Präsenz in den Medien zu sichern.

Was die **Mehrheit** über die **Minderheit** denkt und weiß, weiß sie zumeist aus den Medien. **Mediale Integration** heißt daher auch, der Mehrheit ein realistisches Bild über Zuwanderergruppen zu vermitteln.

VI. Migranten als Zielgruppe

Mediale Integration liegt **im eigenen Interesse** der Medien. Denn Medien müssen neue und **heterogene Zielgruppen** erreichen:

- **Menschen mit Migrationshintergrund:**
fast 20% (oder 15,3 Mio.)
- Jedes dritte Kind unter 6 Jahre ist heute ein Kind von Zuwanderern.

Gerade die jüngere Migrantenbevölkerung ist für die Medien eine interessante Zielgruppe. Migranten sind Gebührenzahler, Zuschauer und Hörer.

Doch welche Erwartungen haben „die“ Migranten? Welche Nutzungsgewohnheiten gibt es? Wie erreichen Medien diese heterogenen Zielgruppen?

Migrantenmilieus sind oft eine „**terra incognita**“ der Medienforschung.

VII. Studie „Migranten und Medien 2007“

Licht in dieses Dunkelfeld der Medienforschung bringt die heute vorgestellte **Studie „Migranten und Medien 2007“**.

Sie liefert ein **besseres Verständnis** des Mediennutzungsverhaltens, den **Hintergrund** für Medienschaffende und Programmplaner und damit die **Grundlage** für strategische Medienplanung.

Damit leistet die Studie einen **Beitrag** zur Integration im Allgemeinen und einen **Beitrag** zum Nationalen Integrationsplan im Besonderen.

Mein **Dank** richtet sich daher an die **ARD/ZDF-Medienkommission** und an die **Hertiestiftung** für diese wichtige Grundlagenstudie! Ich bin gespannt auf Ergebnisse.

Die Studie ist ein **Beitrag der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten**, das Anliegen der Integration zu unterstützen.

Integration braucht diese Partner. Denn Integration ist angewiesen auf das **Engagement aller gesellschaftlichen Akteure.**

VIII. Schluss

Mediale Integration und eine differenzierte Medienberichterstattung tragen zum Abbau medialer Barrieren bei, erhöhen die Chancen bei der Integration von Zuwanderern und fördern friedliches und produktives Zusammenleben.

Wir sind auf einem guten Weg!

Ich habe den Eindruck, dass sich in den Sendeanstalten und Unternehmen zur Zeit viel bewegt und wir ein gutes Stück **vorankommen** können.

In diesem Sinne wünsche ich der Tagung einen erfolgreichen und produktiven Verlauf.

Vielen Dank!