

# Global Media Journal

## German Edition

Special Section: Diversity in Media Societies  
Peer-Reviewed Artikel

### **Medienangebote mit migrantischer Perspektive – Ziele und Herausforderungen für einen pluralen und diversen Journalismus**

**Tanja Evers, Steffen Grütjen, Liane Rothenberger, Milan Skusa**

**Zusammenfassung:** Die Realität einer pluralen Gesellschaft spiegelt sich in journalistischen Öffentlichkeiten nur unzureichend wider: Ethnische Diversität wird in der deutschen Berichterstattung oft auf eine kulturalisierende hegemoniale Art dargestellt. Zudem finden migrantische Perspektiven auch personell an wichtigen Schaltstellen des öffentlichen Diskurses keine ausreichende Repräsentation, wodurch Journalismus an funktionalem Integrationspotential in einer Migrationsgesellschaft einbüßt. Dieser Artikel stellt die Ergebnisse eines qualitativen Forschungsprojekts vor, das in Anlehnung an das Konzept der medialen Integration von Geißler und Pöttker hinterfragt, welchen Stellenwert Diversität als Faktor von Integration innerhalb der Strukturen und an den Grenzen eines institutionalisierten Journalismus hat. Im Sommer 2021 wurden diversitätssensible lineare und Social-Web-Medienangebote – sowohl mit als auch ohne Anbindung an eine journalistische Organisation – identifiziert und im Anschluss Leitfadeninterviews mit redaktionell Verantwortlichen geführt (drei davon mit Fokus auf ethnische Diversität). Im Sommer 2022 fand ergänzend eine Gruppendiskussion mit acht Teilnehmenden, ebenfalls Macher:innen von Medien mit migrantischer Perspektive, statt. Beide Zugänge geben Einblicke in die Ziele und Herausforderungen der Redaktionen, in das Community Management, in Rollenselbstverständnisse und Antworten auf die Frage, wie engagiert bzw. aktivistisch motiviert ein Journalismus sein darf oder sein muss, der in einer pluralen Migrationsgesellschaft zukunftsfähig bleiben möchte. Die Auswertung zeigt, dass die befragten Medienmacher:innen das Ziel verfolgen, die pluralen Lebenswirklichkeiten transparent und authentisch darzustellen, um Vorurteile abzubauen und Verständnis füreinander zu fördern. Durchweg werden gleichzeitig vielfältige Herausforderungen wie zum Beispiel fehlende Finanzierung oder Umgang mit diskriminierenden Kommentaren wahrgenommen. Die Auseinandersetzung mit dem kontroversen Thema Migration fordert einen diversitätssensiblen Journalismus so auch in seinem Selbstverständnis heraus.

**Schlagwörter:** Medienvielfalt, Inklusion/Integration, Migration, plurale Gesellschaft, Gruppendiskussion

**Abstract:** The reality of a plural society is inadequately reflected in journalistic public spheres and editorial offices: Ethnic diversity in German reporting is often presented in a culturalising hegemonic way. As a result, migrant perspectives are not sufficiently represented in terms of content or personnel at important points of public discourse, which means that journalism loses its functional

integration potential in a migration society. This article presents the results of a qualitative research project based on the concept of media integration by Geißler and Pöttker, and questions the status of diversity as a factor of integration within the structures and at the boundaries of institutionalised journalism. In the summer of 2021, diversity-sensitive linear and social web media – both affiliated and unaffiliated with journalistic organisations – were identified and afterwards guided interviews were conducted with editorial managers (three of them with a focus on ethnic diversity). Additionally, a supplementary focus group was held in summer 2022 with eight participants who also work in media with a migrant perspective. Both approaches provide insights into the goals and challenges of the editorial offices, community management, role self-perceptions and answers to the question of how committed or activist-motivated journalism can or must be if it wants to remain sustainable in a pluralistic migration society. The analysis shows that the interviewed media creators pursue the goal of presenting the plural realities of life transparently and authentically in order to reduce prejudices and promote mutual understanding. At the same time, a variety of challenges are perceived, such as a lack of funding or dealing with discriminatory comments. The focus on the controversial topic of migration thus also challenges the self-image of diversity-sensitive journalism.

**Keywords:** media diversity, inclusion/integration, migration, plural society, focus group

#### **Angaben zu den Autor:innen:**

Tanja Evers ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Forschungs Koordinatorin am Zentrum Flucht und Migration (ZFM) an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Sie arbeitet aktuell hauptsächlich zu kommunikationswissenschaftlichen Fragen in der Flucht- und Migrationsforschung, unter anderem zu Diversität im Journalismus, zu öffentlichen Diskursen über und Einstellungen in der Bevölkerung zu Flucht und Migration sowie zu Gemeinwohl und Zusammenhalt in einer digitalen Migrationsgesellschaft.

E-Mail: [tanja.evers@ku.de](mailto:tanja.evers@ku.de)

Steffen Grütjen ist parallel zum Masterstudium der Journalistik als Wissenschaftliche Hilfskraft am Lehrstuhl für Journalistik mit Schwerpunkt Innovation und Transformation von Prof. Dr. Klaus Meier tätig. Praktische Erfahrungen sammelte er bei der *Neuen Rhein Zeitung*, im NRW-Lokal- und Bürgerfunk, beim Bayerischen Rundfunk, bei Deutschlandfunk Kultur, bei sternTV sowie in der Redaktion der ZDF-Talkshow Markus Lanz. Seit 2018 ist er Stipendiat im Journalistischen Förderprogramm der Hanns-Seidel-Stiftung.

E-Mail: [steffen.gruetjen@stud.ku.de](mailto:steffen.gruetjen@stud.ku.de)

Liane Rothenberger ist Professorin für Medien und Öffentlichkeit mit Schwerpunkt Migration an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Von 2008 bis 2021 arbeitete sie am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft der Technischen Universität Ilmenau und habilitierte sich 2018 mit einer Schrift über Terrorismus als Kommunikation. 2008 promovierte sie an der KU mit einer Arbeit über die Programmentwicklung des deutsch-französischen TV-Kulturkanals *arte*.

E-Mail: [liane.rothenberger@ku.de](mailto:liane.rothenberger@ku.de)

Milan Skusa schloss 2021 an der Universität Hamburg sein Bachelorstudium in Medien- und Kommunikationswissenschaft ab. Seit Beginn des Studiums wird er als Stipendiat durch die Studienstiftung des deutschen Volkes gefördert. Seit Oktober 2021 studiert er an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt Journalistik und arbeitet dort als studentische Hilfskraft.

E-Mail: [milan.skusa@stud.ku.de](mailto:milan.skusa@stud.ku.de)

#### **Author Information:**

Tanja Evers is a research associate and research coordinator at the Center for Flight and Migration (ZFM) at the Catholic University of Eichstätt-Ingolstadt. She currently works mainly on communication science issues in flight and migration research, including diversity in journalism, public

discourses about and attitudes in the population towards flight and migration, and common good and cohesion in a digital migration society.

E-Mail: [tanja.evers@ku.de](mailto:tanja.evers@ku.de)

Steffen Grütjen is research assistant at the Chair of Journalism at the Catholic University of Eichstätt-Ingolstadt and also pursues a Master's degree in Journalism. He gained practical experience at the Neue Rhein Zeitung, in NRW local and community radio, at Bayerischer Rundfunk, at Deutschlandfunk Kultur, at sternTV and in the editorial department of the ZDF talk show Markus Lanz. Since 2018, he has also been a scholarship holder in the Hanns Seidel Foundation's journalism support programme.

E-Mail: [steffen.gruetjen@stud.ku.de](mailto:steffen.gruetjen@stud.ku.de)

Liane Rothenberger is professor of Media and Public Sphere with a focus on Migration at the Catholic University of Eichstätt-Ingolstadt (KU). From 2008 to 2021, she worked at the Institute for Media and Communication Studies at the Technische Universität Ilmenau and wrote her habilitation thesis in 2018 on the topic of terrorism as communication. In 2008, she completed her doctorate at KU with a thesis on the programme development of the German-French TV culture channel arte.

E-Mail: [liane.rothenberger@ku.de](mailto:liane.rothenberger@ku.de)

In 2021, Milan Skusa completed his Bachelor's degree in Media and Communication Studies at the University of Hamburg. He has been supported as a scholarship holder by the German Academic Scholarship Foundation since the beginning of his studies. Since October 2021, he is studying Journalism (Master of Arts) at the Catholic University of Eichstätt-Ingolstadt, where he also works as a student assistant.

E-Mail: [milan.skusa@stud.ku.de](mailto:milan.skusa@stud.ku.de)

**To cite this article:** Evers, Tanja; Grütjen, Steffen; Rothenberger, Liane; Skusa, Milan (2023). Medienangebote mit migrantischer Perspektive – Ziele und Herausforderungen für einen pluralen und diversen Journalismus. *Global Media Journal – German Edition*, 13(1), DOI: <https://doi.org/10.22032/dbt.57906>

## Einleitung

Folgt man dem normativen Grundverständnis einer demokratischen pluralen Gesellschaft, so sollen die vielschichtigen Meinungen und Lebensgeschichten ihrer Bürger:innen in dem Maße abgebildet werden, dass jede:r in die Lage versetzt wird, seine oder ihre Stimme in gesellschaftsrelevanten Fragen zu erheben. Der Journalismus als (Ver-)Mittler ist hier ein Schlüsselakteur, indem er das gesellschaftliche Leben in seiner Vielfalt thematisiert und im öffentlichen Diskurs spiegelt. Migrantische Perspektiven sind in diesem Kontext zum einen integraler Bestandteil einer zunehmend ausdifferenzierten Einwanderungsgesellschaft, in der rund 22,3 Millionen Menschen und damit etwa jede:r Vierte einen so genannten Migrationshintergrund hat (Statistisches Bundesamt, 2021). Der Journalismus trägt darüber hinaus normativ betrachtet – trotz schwindender Deutungshoheit (Jarren, 2015) – in besonderer Weise Verantwortung für einen gemeinwohlorientierten Diskurs. Denn neben politischen und ökonomischen gehören auch demokratische Funktionen zu den Aufgaben der Massenmedien (Chill & Meyn, 1996). Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist dieser gesellschaftliche Auftrag im Rahmen des Rundfunkstaatsvertrags, der unter anderem von der Förderung der internationalen Verständigung und des gesellschaftlichen Zusammenhalts spricht, gesetzlich festgeschrieben (RStV, §11). Dieser Auftrag sollte sich auch im publizistischen Selbstverständnis der Mitarbeiter:innen spiegeln. Während ethnische Diversität also längst empirische Realität ist und das Thema Migration regelmäßig in kontroversen Aushandlungen auf die mediale Agenda gesetzt wird, gelingt es der medialen Berichterstattung nur bedingt, die Fülle migrantischer Lebenswirklichkeiten zu erfassen.

Dieser Beitrag untersucht dieses Spannungsverhältnis, indem er die mangelnde Diversität journalistischer Inhalte auch als Spiegel wenig diverser Personalressourcen in deutschsprachigen Redaktionen versteht. Das Integrationspotential journalistischer Medienangebote in einer Migrationsgesellschaft hängt also – so unsere These – nicht ausschließlich aber in hohem Maße davon ab, wie plural migrantische Perspektiven auf der Ebene medialer Produktion repräsentiert werden. Die Annahme, dass Diversität erst unter der Betrachtung der Zusammenhänge zwischen den Ebenen von Medienproduktion, -inhalten und -nutzung ihre Wirkkraft entfalten kann, ist theoretisch gekoppelt an ein Verständnis „interkultureller medialer Kommunikation“, wie es Geißler und Pöttker (2006) in Anlehnung an den kanadischen Multikulturalismus (Fleras & Elliot, 2002) konzipieren. Journalist:innen und Journalismus unterliegen dabei unterschiedlichen Einflusskontexten wie individuellen Werten und Normen, Arbeitsroutinen, Vorgaben der Medienhäuser, Institutionen und auf Makroebene den sozialen Systemen (Shoemaker & Reese, 1991; Reese & Shoemaker, 2016). Diversität in der Personalzusammensetzung ist lediglich ein Baustein dieses komplexen Zusammenwirkens von Einflussfaktoren, spiegelt aber auf Organisationsebene auch einen Wandel auf systemischer und institutioneller Ebene.

Deshalb stehen solche Medienangebote in unserem Erkenntnisinteresse, die ihre Arbeit bewusst aus einer migrantischen Perspektive heraus angehen. In einer explorativ angelegten Studie wurden Vertreter:innen diversitätssensibler Angebote mit Fokus auf migrantische Vielfalt mittels Leitfadeninterviews (Juni/Juli 2021) und einer Gruppendiskussion (Juli 2022) befragt.<sup>1</sup> Die Teilnehmenden gaben in diesem Rahmen Auskunft, welche Ziele und Motivationen sie mitbringen, wie sie ihre Zielgruppe(n) definieren und erreichen, wie sie die Relevanz des Angebots einschätzen und welchen Herausforderungen und Hindernissen sie in ihrer täglichen Arbeit begegnen. Ein weiterer Schwerpunkt befasste sich mit der Frage, wo die Grenzen zwischen journalistischer Haltung und Aktivismus verlaufen, also wie engagiert bzw. politisch sich Gestalter:innen des öffentlichen Diskurses in einer Migrationsgesellschaft positionieren sollten.

Diese Dimensionen werden nun zunächst theoretisch in Konzepte der Diversität und medialen Integration eingebettet, Forschungslücken identifiziert und konkrete Forschungsfragen formuliert. Es folgt die Vorstellung des methodischen Vorgehens für die Leitfadeninterviews und die Gruppendiskussion, bevor die Ergebnisse präsentiert und diskutiert werden. Der Artikel schließt mit einer Reflexion der Stärken und Limitationen dieser Studie und gibt einen Ausblick auf Anschlussforschung sowie praktische Implikationen.

## **Migration und Diversität im Journalismus**

Ein Großteil der Forschung dazu, welche Rolle Journalismus in einer Migrationsgesellschaft spielt, besteht aus (inhaltsanalytischen) Studien zur Darstellung von Migration in der Berichterstattung. Dort sind es vor allem negative Narrative, die sich über die Jahrzehnte als persistent erwiesen (u.a. Bonfadelli, 2007; Jung et al., 2000). Diese Tatsache ist auch international belegt (vgl. Avdagic & Savage, 2021; Fengler et al., 2022). Insbesondere die dominanten Diskurse, die Migration und Flucht als gesellschaftliches Problem identifizieren, begründen anhaltende Diskussionen um die Existenz und Verfestigung stereotyper oder gar rassistischer Diskursstrukturen in medialer Öffentlichkeit (u.a. ter Wal, 2002). Aktuelle Ergebnisse beschreiben den öffentlichen Diskurs weiterhin als deutlich polarisiert und inkonsistent (vgl. Jäger & Wamper, 2017; Kelm et al., 2021; Maurer et al., 2023). Diese kulturalisierenden und hierarchisierenden hegemonialen Diskurspraktiken (vgl. Engel et al., 2019) sind im wahrsten Sinne des Wortes hausgemacht – Produkt eines professionellen Journalismus, dessen redaktionelle Zusammensetzung die „Bandbreite der Gesellschaft“ nicht widerspiegelt (Prinzing et al., 2018, S. 11).

Dabei steht der Bedarf nach einer diversitätssensiblen Berichterstattung außer Frage: „Wer in einer Einwanderungsgesellschaft berichten will, muss diese auch

---

<sup>1</sup> Wir danken allen Studierenden aus den Seminaren „Medien und Öffentlichkeit“ sowie „Empirische Medienforschung II“ aus den Sommersemestern 2021 und 2022 für ihre Mitwirkung und ihren Beitrag zum Gelingen der Forschungsprojekte.

abbilden [...]. Die Themen und Perspektiven von Menschen mit Einwanderungsgeschichte sollen mitgedacht werden.“ (Vassiliou-Enz & Hemmelmann, 2021, S. 464ff.) Je stärker sich Gesellschaften ausdifferenzieren, desto bedeutsamer wird die Integrationsfunktion öffentlicher Kommunikation (Imhof, 2011, S. 18), um „die Verständigung über das gesellschaftliche Miteinander“ (Prinzing et al., 2018, S. 106) zu ermöglichen. Für einen pluralen Diskurs braucht es jedoch auch Menschen mit Migrationsgeschichte im Journalismus. Diese berufliche Integration setzte sich bereits 2007 der nationale Integrationsplan der Bundesregierung zum Ziel (Bundesregierung, 2007, S. 158). Zwar wurden in der Zwischenzeit einige Anstrengungen unternommen: zum Beispiel Integrations- und Diversity-Beauftragte in den Unternehmen, neue oder angepasste Leitbilder, Etablierung von Monitoringverfahren und Talentprogrammen sowie Preise für den migrantischen journalistischen Nachwuchs (Bundesregierung, 2011, S. 320ff.); dennoch sei man nach wie vor von einer angemessenen Repräsentation von Migrant:innen in der Medienproduktion entfernt. Insbesondere gelte es, ergriffene Strategien in den Unternehmensstrukturen zu verankern (Bundesregierung, 2021, S. 52ff.). Auch im Feld der Aus- und Weiterbildung findet zu wenig Sensibilisierung der journalistischen Berufsgruppe für Fragen der Diversität statt (Bayer, 2013). In der Folge belegt eine aktuelle Untersuchung der Neuen deutschen Medienmacher:innen weiterhin, dass in deutschen Medienhäusern nur 6,4 Prozent der Chefredakteur:innen eine Migrationsgeschichte haben. Zudem gibt es über die plurale Besetzung von Redaktionsteams nach Herkunft kaum verlässliche Zahlen, da diese so gut wie nie erhoben oder nicht veröffentlicht werden (vgl. Boytchev et al., 2020). Schätzungen zufolge liegt beispielsweise die Quote migrantischer Journalist:innen in Nordrhein-Westfalen bei höchstens vier bis fünf Prozent (vgl. Pöttker et al., 2016). Durch die eingeschränkte Pluralität mit Blick auf Inhalte und Personalressourcen in den Redaktionen entsteht auch eine größere Distanz zwischen Journalismus und seinem Publikum (Prinzing et al., 2018). Das bestehende journalistische Portfolio erfüllt die Bedürfnisse einer pluralen Nutzer:innenschaft nicht mehr ausreichend, weshalb diversitätssensiblere Angebote, gerade im Netz, an Bedeutung gewinnen (vgl. z.B. Evers, 2021; Graf & Jönhill, 2011; Simon et al., 2020).

Mit Blick auf das Ziel, die Pluralität und Komplexität des öffentlichen Diskurses medial sichtbarer zu machen, hat sich vor allem seit den späten 1990er Jahren das US-amerikanisch geprägte Konzept der Diversität zu einem zentralen Schlagwort im Diskurs um Fragen der Medienpluralität gemausert. Mehrdeutig und durchaus umstritten umfasst Diversität sechs Kerndimensionen, darunter auch die der ethnischen Herkunft (vgl. Verein Charta der Vielfalt, o. J; auch Gardenswartz & Rowe, 1994). Die Paradoxie besteht „in der Kollektivierung von Individuen zu homogenen Gruppen bei gleichzeitiger Pluralisierung dieser Gruppen zu nebeneinanderstehenden Einheiten“ (Toepfer, 2020, S. 130). Die darin eingeschriebene Vorstellung von Vielfalt weist häufig eine ökonomische Konnotation auf und wird kontextualisiert als strategische Unternehmensentscheidung. Auch für die Medienbranche wird Diversität so zu einem wichtigen „Gradmesser sozialer Repräsentation [...]. Je diverser die Programmangebote, Geschichten und Erzählperspektiven sind, desto

mehr Menschen können mit ihren unterschiedlichen Biografien und Lebensstilen erreicht werden“ (Mohr & Schiller, 2020, S. 2).

In der deutschsprachigen Debatte wird Media Diversity in der Regel als mediale Integrationsfunktion verhandelt (Grabenheinrich, 2023, S. 122). Einen bis heute viel beachteten und adaptierten Vorschlag der Modellierung medialer Integration in einer Migrationsgesellschaft wagen in den frühen 2000er Jahren Rainer Geißler und Horst Pöttker (2001, 2006). Ihr Konzept der interkulturellen medialen Integration zeigt einen Mittelweg zwischen medialer Assimilation und Segregation und setzt eine Verzahnung von Mehr- und Minderheiten auf der Ebene der Produktion, inhaltlichen Repräsentation und Nutzung voraus. Gelingende Integration basiere auf einer „ausgewogenen Balance zwischen dem Recht der Minderheiten auf gleichberechtigte und gleichwertige kulturelle Differenz und der Forderung der Mehrheit nach (partieller) Akkulturation und Anpassung“ (Geißler & Pöttker, 2015, S. 19). Damit präsentieren sie sich zwar anschlussfähig an aktuelle Auslegungen des Begriffs, die Integration – auch die mediale – multiperspektivisch und mehrdimensional (u.a. Müller & Schweiger, 2020) sowie als einen graduellen und wechselseitigen Prozess (Imbusch & Rucht, 2005) auf Augenhöhe verstanden wissen wollen. Allerdings bleibt das Konzept dennoch weitgehend in dichotomen Vorstellungen von einer Mehrheitsgesellschaft („Wir“) und den „anderen“ Minderheiten verhaftet, auch durch die Differenzierung in „Mainstream- und Ethnomedien“ (Geißler & Pöttker, 2015, S. 76). Ähnlich kulturalisierend mutet es an, wenn davon die Rede ist, Migrant:innen würden „ein spezifisches Wissen über ihre ethnischen Gruppen“ (Geißler & Pöttker, 2015, S. 74) in Redaktionen einbringen. Diese Engführung und Markierung migrantischer Mitarbeitenden als Expert:innen für Themen mit Bezug zu ethnischen Communities wird von Betroffenen teils als Exklusion innerhalb formal diverser Redaktionsteams wahrgenommen (Graf, 2011, 129ff.).

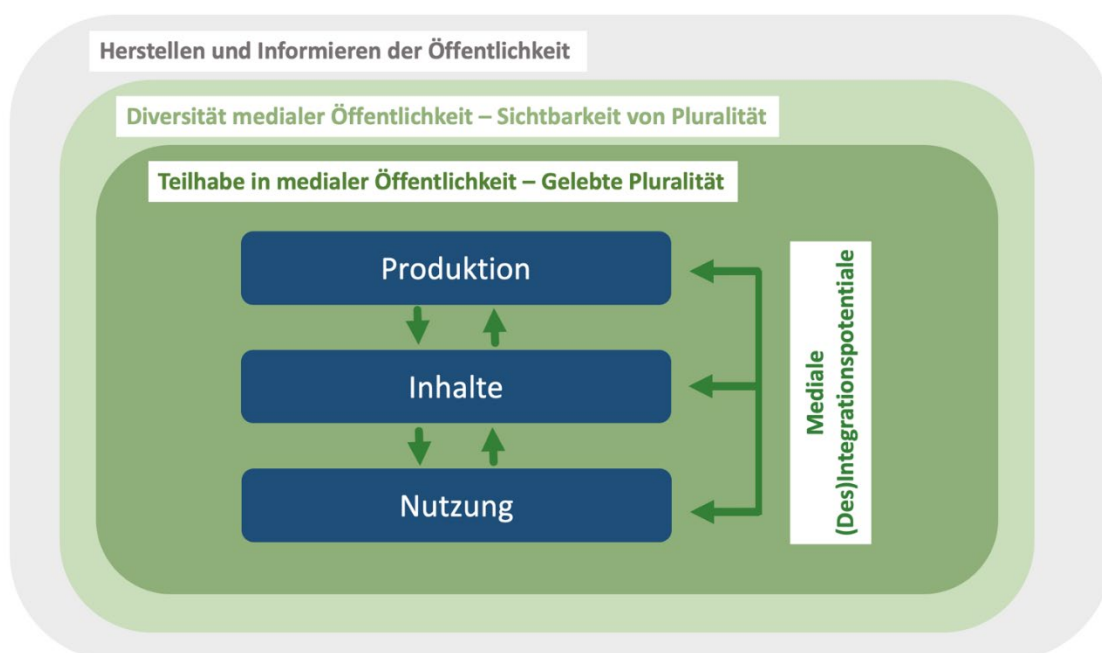
Ein solcher, im Kern hegemonial gedachter Integrationsbegriff, der letztlich auf die Herstellung von Heterogenität als zugrundeliegendem Metanarrativ beschränkt bleibt, greift aus medienethischer Sicht jedoch zu kurz. Gleiches gilt für einen ausschließlich positivistisch verstandenen Vielfaltsbegriff, der als unpolitisches Label eher dazu beiträgt, Macht- und Differenzverhältnisse zu reproduzieren denn diese zu überwinden (zur Übersicht Grabenheinrich, 2023, S. 117ff.). In Abgrenzung dazu steht die Forderung nach einer „emanzipatorischen Neubesetzung“ des Diversitätsbegriffs, um seine Reduktion auf „kulturelle Vielfalt“ zu verhindern und stattdessen repräsentationskritisch auch seine Macht- und Entstehungskontexte zu berücksichtigen (Bayer, 2013, S. 280f.). Postmigrantische Integrationsverständnisse zielen hier über die Lesart strukturorientierter Diversity-Ansätze hinaus und tragen den Anforderungen einer Gesellschaft Rechnung, die trotz des Credo der Pluralität weiter um ein Mehr an Gleichberechtigung und den Abbau von Diskriminierung streitet (Foroutan, 2018).

Im ethisch-normativen Verständnis einer „Medienethik pluraler Gesellschaften“ (Filipović, 2021, S. 298) endet das normative Potential des Konzepts der Diversität

eben nicht im Anspruch nach Repräsentation von Pluralität in der journalistischen Produktion und im Medienprogramm. Vielmehr dient der Vielfaltsgedanke als Grundlage, um In- und Exklusionen im medialen Betrieb sichtbar zu machen und im besten Fall, die „kommunikativen Asymmetrien im Medienproduktionsprozess auszugleichen“ (Boychev et al., 2020, S. 31) und hierarchisierenden Kategorisierungen entgegenzuwirken (Röben, 2008, S. 141). Medien können hier einerseits als „Identitätsräume“ und „Orte für die (Re-)Präsentation von Subjekten“ fungieren, gleichwohl unterliegen auch sie Grenzziehungen und konstruieren Zugehörigkeit (Klaus et al. 2004, S. 9). Eine diverse Personalpolitik in Medienorganisationen verhindert daher keineswegs soziale Ungleichheit, allerdings ist sie zumindest die Voraussetzung, um kommunikative Teilhabechancen zu steigern und gesellschaftliche Mehr- und Minderheiten gleichberechtigt zu einem rationalen öffentlichen Diskurs zu ermächtigen (vgl. McQuail, 2007, S. 44ff.).

Kommunikative Teilhabe ist in diesem Verständnis keine Frage der Repräsentation allein, sie muss aktiv hergestellt werden. Ein inklusiver Umgang mit Diversität beginnt, wo das Konzept mehr ist als eine Marketingstrategie. „Doing diversity“ fordert Organisationen auf, Vielfalt weniger als Leistungsindex denn als Aufforderung dafür zu sehen, soziale Ungleichheit und die Gleichzeitigkeit von teilsystemischen In- und Exklusionen in Teams wahrzunehmen (Ahmed & Swan, 2006, S. 98). Deshalb braucht eine postmigrantische öffentliche Kommunikation Medienangebote, die diverse Teilhabe im Produktionsprozess nicht nur strukturell messen, sondern leben. Nicht zuletzt, um Sensibilität dafür zu schaffen, dass nach dem formalen Akt der Integration – beispielsweise durch Rekrutierung migrantischer Journalist:innen – die Aushandlungsprozesse um Zugehörigkeit erst beginnen (vgl. Abb. 1).

### Abbildung 1: Integrationspotential und Ebenen medialer Öffentlichkeiten



Hinweis: Eigene Darstellung unter Bezugnahme auf Filipović 2021; Geißler & Pöttker 2006; Meier 2018; Neidhardt 1994; Weischenberg 2005.



Vor diesem Hintergrund lässt die kommunikationswissenschaftliche Forschung bislang – vor allem mit Blick auf die Diversität der Produzent:innen von Medienangeboten – eine empirische Lücke klaffen. Insbesondere Personen aus der journalistischen Praxis, die für Formate mit migrantischer Perspektive tätig sind, kommen nur selten zu Wort. An dieser Stelle setzt unsere Studie an, beschränkt ihren Feldzugang jedoch nicht auf den professionellen Journalismus, sondern nimmt auch digitale Öffentlichkeiten in den Blick. Neben dem Journalismus, dem per se eine demokratietheoretische Bedeutung zugeschrieben wird, tragen nämlich in digitalen Medienlandschaften auch solche Akteur:innen, die sich nicht dem institutionalisierten Journalismus zurechnen lassen, maßgeblich dazu bei, Meinungsbildungsprozesse zu gestalten, zu initiieren, zu multiplizieren und zu moderieren (u.a. Klinger & Svensson, 2015). Es steigen die Einflusschancen der Nutzer:innen und im Umkehrschluss werden in digitalen Medienumgebungen die Zugangsbarrieren für konkurrierende Angebote abgesenkt: In einem hybriden Mediensystem muss die Hegemonie der massenmedialen Broadcaster als überholt gelten. Digitale Meinungsführer:innen hybridisieren das Informationsangebot und verschieben die Machtverhältnisse im Dreieck zwischen Politik, Medien und Nutzerschaft (u.a. Weber & Mangold, 2019). Eine Zunahme an Publikumsbeteiligung und die Transformation journalistischer Praktiken fordern den Journalismus als kuratierender Instanz gesellschaftlich relevanter Informationen heraus, da die Grenzen der Profession unter den Bedingungen der Onlinekommunikation zunehmend verschwimmen (vgl. Neuberger, 2020; Neuberger & Quandt, 2018). Dies, so nehmen wir an, prägt auch das publizistische Selbstbild der Macher:innen von Medien mit migrantischer Perspektive.

Mit unseren Forschungsfragen (FF) möchten wir dazu beitragen, mehr über die Motivationen, Herausforderungen und das Selbstverständnis der Gestalter:innen einer diversen Öffentlichkeit in Migrationsgesellschaften zu erfahren:

FF 1: Welche Ziele verfolgen die Macher:innen diversitätssensibler Medienangebote auf Produktions-, Inhalts- und Nutzungsebene?

FF 2: Welche Herausforderungen ergeben sich für Medienschaffende mit migrantischer Perspektive auf den drei Ebenen?

FF 3: Welches publizistische Selbstverständnis haben (migrantische) Macher:innen diversitätssensibler Medienangebote mit Blick auf ihren integrativen Auftrag?

## **Forschungsdesign**

Das Untersuchungsdesign basiert auf einer Kombination aus zwei qualitativen Befragungen, die mit Abstand von einem Jahr durchgeführt wurden. Auf eine erste

Teilerhebung auf Basis leitfadengestützter Interviews<sup>2</sup> im Sommer 2021 folgte eine vertiefenden Gruppendiskussion mit Macher:innen von Medienangeboten mit migrantischer Perspektive im Juli 2022 (vgl. Tabelle 1).

Bei der Auswahl der Gesprächspartner:innen wurde darauf geachtet, dass sie in leitender Funktion arbeiten und zu etwa gleichen Teilen Redaktionen entstammen, die an ein etabliertes journalistisches Medienhaus angebunden sind und deren Inhalte auch im analogen Gesamtprogramm veröffentlicht werden, und solchen, die stärker unabhängig agieren und deren Verantwortliche nicht zwingend der journalistischen Profession zuzurechnen sind, sondern sich möglicherweise eher als Influencer:innen verstehen (vgl. Bause, 2021; Duckwitz, 2019). Die Systematik der Auswahl umfasste zudem eine Varianz von Mediengattungen sowie digitaler wie analoger Auspielkanäle. Auf Basis einer breit angelegten Onlinerecherche wurden passende Kommunikator:innen anschließend entlang ihres thematischen Fokus bzw. ihrer Zielgruppe eingegrenzt.

**Tabelle 1: Übersicht Forschungsdesign der zwei Teilstudien**

	<b>Leitfadeninterviews</b>	<b>Gruppendiskussion</b>
<b>Zielgruppe</b>	Diversitätssensible Medienangebote mit Fokus ethnische Herkunft	Migrantische Medienschaffende
<b>Zeitraum</b>	Juni bis Juli 2021 (Videokonferenz/Telefon)	Juli 2022 (Videokonferenz)
<b>Teilnehmende</b>	3 Personen	8 Personen von 6 Angeboten
<b>Dauer</b>	Jeweils 30 bis 60 Minuten	90 Minuten
<b>Themenblöcke</b>	Inhalte (Themenwahl, Sprache), Personalrekrutierung, Zielgruppe, Selbstverständnis	Ziele, Motivationen, Hindernisse

Um die ersten Eindrücke aus den drei Interviews um weitere Argumente und Motive zu erweitern, wurde auch für die zweite Teilerhebung mit der Methode der Gruppendiskussion ein qualitativer Ansatz gewählt. Die Gruppendiskussion ist per se explorativ und halb-strukturiert angelegt (vgl. Möhring & Schlütz, 2010, S. 17), um Zusammenhänge in wenig erforschten Forschungsgebieten herzustellen und bislang unbeachtete, bisweilen vernachlässigte Problemstellungen zu erschließen.

<sup>2</sup> Die Interviewstudie umfasste insgesamt 14 Expert:inneninterviews mit Medienschaffenden. Das Forschungsdesign war auf mehrere Dimensionen von Diversität ausgelegt, darunter neben der ethnischen Herkunft auch solche, die sich mit Behinderung, Gender und sexueller Orientierung und Identität beschäftigen. Für die vorliegende Auswertung wurden daher die drei Interviews ausgewählt, die sich einer explizit migrantischen Perspektive widmen.

Krotz (2003, S. 254) bewertet die Gruppendiskussion demzufolge als „Verfahren einer kritischen Sozialforschung [...], [das] dazu [dient], Hintergründe von Meinungen, Ansichten oder Handlungsweisen aufzudecken“. Dabei orientierten sich die Forschenden während der Erhebung an einem Leitfaden, der die vorab formulierten Forschungsfragen systematisierte und im Sinne eines „geleiteten und themenzentrierten Gruppengesprächs“ (Bonfadelli et al., 2008, S. 171) vorstrukturierte. Die Teilnehmer:innen wurden aus einem Sample von 25 deutschsprachigen Medienangeboten mit migrantischer Perspektive rekrutiert, die zuvor mittels Online-Recherche identifiziert und nach Kriterien wie institutionelle Anbindung, ethnische Verortung und Format systematisiert wurden. Bedingt durch Erreichbarkeiten, terminliche und gesundheitliche Verfügbarkeit nahmen letztlich acht Medienschaffende von sechs verschiedenen Angeboten an der Diskussion teil (vgl. Tabelle 2).<sup>3</sup>

**Tabelle 2: Sampleauswahl Interviews und Gruppendiskussion**

Medienangebot	Studie	Teilnehmende	Verortung Medienlandschaft	Kanäle
<b>Workin' Germany</b>	Interview	Caroline von Lowtzow	BR (Bayern 2 Zündfunk)	Instagram
<b>Workin' Germany</b>	Gruppendiskussion	Nabila Abdel Aziz	BR (Bayern 2 Zündfunk)	Instagram
<b>Halbe Katoffl</b>	Interview	Frank Joung	Individualjournalistisch	Podcast
<b>WDRforyou</b>	Interview	Isabel Schayani	WDR	Mediathek, Social Media
<b>Labneh und Brezel</b>	Gruppendiskussion	Heba Alkadri & Zoe Bunje	Individualjournalistisch	Instagram und TikTok
<b>Amal, Berlin!</b>	Gruppendiskussion	Khalid Alaboud	Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP)	Online-Magazin
<b>Kohero-Magazin</b>	Gruppendiskussion	Hussam Al Zaher	Individualjournalistisch	Online-Magazin, Social Media
<b>SWR Aktuell Mondial</b>	Gruppendiskussion	Esther Saoub & Claudia Bathe	SWR	Radio, Podcast, Website

<sup>3</sup> Die Sendung „Meine fremde Heimat“ (SRF) ergänzt das Sample um eine Schweizer Perspektive, weitere Zusagen aus dem deutschsprachigen Ausland gab es nicht.

<b><i>Meine fremde Heimat</i></b>	Gruppendiskussion	Alexa Brogli	<i>SRF</i>	lineares Fernsehen, Mediathek
-----------------------------------	-------------------	--------------	------------	-------------------------------

Sowohl die Interviews als auch die Diskussion fanden pandemiebedingt vorsorglich via Zoom statt, was gewisse methodische Beeinträchtigungen mit sich brachte, da Mimik und Gestik nur vermittelt wahrgenommen werden können und die Sprecherwechsel sich weniger intuitiv gestalten als in einer Face-to-Face-Situation. Eine weitere Limitation – insbesondere der Daten aus der Gruppendiskussion – entstand durch teils vorhandene sprachliche Barrieren der Teilnehmenden, aufgrund derer sich muttersprachliche Sprecher:innen an einigen Stellen möglicherweise leichter taten, den Gesprächsverlauf spontan aufzugreifen, zu unterbrechen oder neue Impulse zu setzen. Die Video- und Tonaufzeichnung diente insbesondere der nachträglichen Transkription sowie der Analyse mithilfe der Software MAXQDA. Die Auswertung der Befragungen erfolgte mithilfe der inhaltsanalytischen Methode nach Kuckartz (2018). Aus den Forschungsfragen und dem Leitfaden wurden dazu zunächst deduktiv Codes abgeleitet, weitere induktiv aus dem Material entwickelt (DeCuir-Gunby et al., 2011).

## **Ergebnisse und Diskussion**

Die Ergebnispräsentation verschränkt die Erkenntnisse aus den beiden Teilstudien, indem die Interview- und Diskussionspassagen entlang der Forschungsfragen strukturierend und paraphrasierend ausgewertet wurden. Zentrale Zitate veranschaulichen die unterschiedlichen Perspektiven der befragten Medienschaffenden. Auf potentielle Unterschiede in der Zielsetzungen, den wahrgenommenen Hindernissen sowie im Selbstverständnis zwischen beiden Gruppen – Journalist:innen, die für etablierte Medienorganisationen arbeiten, und Medienmacher:innen, deren Angebote hauptsächlich via Social Media verbreitet werden – wird in der Darstellung der Ergebnisse Bezug genommen.

### ***Zielsetzungen und Motivationen***

Ihr Anliegen sei, so die Medienschaffenden<sup>4</sup>, „zum Zusammenleben in der Vielfalt beizutragen“ (Saoub, 2022, Z. 309f.), „das Verständnis füreinander aufzuwecken“ (Bathe, 2022, Z. 315f.) und „Mainstreaming zu betreiben“ (Abdel Aziz, 2022, Z. 83f.). Diese Wirklichkeiten medial aufzugreifen, um sie mitten in die Gesellschaft zu holen, sollte sicherstellen, dass sich die migrantischen Publika angesprochen fühlen und vom Journalismus in ihren persönlichen Lebenssituationen abgeholt werden.

<sup>4</sup> Im Folgenden werden die sprachlich leicht geglätteten Zitate der befragten Personen durch Nennung des Nachnamens, des Erhebungsjahres und einem Verweis auf die Fundstelle in den Transkriptionen des Gruppeninterviews und der Interviews gekennzeichnet. Transkripte der Gruppeninterviews sind bei den Autor:innen einsehbar, während die Leitfadeninterviews leider nicht zugänglich gemacht werden können.

So werden sie zu gleichwertigen Akteur:innen, die ihre Ansichten medial artikulieren. Von Lowtzow gibt an, die Diversität der Protagonist:innen habe einen sehr hohen Stellenwert für das Angebot. In ihrer Einordnung nennt sie dazu Aspekte aller drei Ebenen (Produktion, Inhalt, Nutzung). So werde etwa bei der Auswahl neuer Hosts darauf geachtet, dass diese die gesellschaftliche Vielfalt im Programm und im BR selbst widerspiegeln: „Das Langziel ist, den BR und die weiteren Anstalten selber zu diversifizieren, sowohl was die Inhalte angeht als auch die Mitarbeitenden“ (von Lowtzow, Z. 391ff.). Daran anknüpfend verweist sie mit Bezug auf die Besonderheiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: „Wir wollen und können das nicht nur für eine Zielgruppe machen, sondern unser Auftrag ist es, für alle so ein Angebot zu machen.“ (von Lowtzow, Z. 311). Mit Blick auf die strategische Ausrichtung skizziert sie daher einen ganzheitlichen Ansatz: „Unser nächstes Ziel wäre es, auch diese Inhalte aus den Nischen oder Perspektiven der Menschen – die ja sonst nicht vorkommen – eben in diese Massenmedien wieder zurückzutragen oder sie dort anzubieten“ (von Lowtzow, Z. 376ff.). Somit zeigt sich, dass es ein Bewusstsein dafür gibt, dass zusätzlich zur personellen Diversität eine Vielfalt der Perspektiven anzustreben ist.

Die Befragten verorten ihre Zielsetzungen jedoch allen voran auf einer inhaltlichen Ebene: Wenn die Lebensumstände von Migrant:innen vielschichtig dargestellt werden, könne dies für einen Gedankenanstoß sorgen, die eigenen Ansichten zu reflektieren, argumentiert Bathe (Z. 216f.): „Was empfindet man durchaus als Deutscher als fremd, wenn man auf andere Menschen trifft und was ist die andere Perspektive?“. Der Blick auf ‚die andere Perspektive‘ eröffnet gezielt Räume, ins Gespräch zu kommen. Dem schließt sich Saoub (Z. 310f.) an: „Wir reden mit Menschen, die unsere Welt vielfältig machen“.

Beim Austausch von Personen mit unterschiedlichem kulturellen Hintergrund würden viele Menschen Objektivität als erstrebenswert erachten; doch weder eine muslimische Frau mit Kopftuch noch die „weiße Deutsche, die eventuell katholisch oder evangelisch“ ist (Joung, Z. 238), könne diese Forderung vollständig erfüllen, da im ersten Fall ein starker persönlicher Bezug gegeben ist und im zweiten Fall lediglich Vertreter:innen einer „weißen Norm“ sprechen. Stattdessen sollte subjektives Wissen – zum Beispiel zum muslimischen Glauben – als Ressource und wertvolle Perspektive anerkannt werden (Joung, Z. 233ff.). Deswegen zielt Joung mit seinem Podcast *Halbe Katoffl* darauf ab, Gespräche mit Menschen zu führen, die nicht-deutsche Wurzeln haben, denn jede:r habe eine „interessante Geschichte“ (Joung, Z. 66) zu berichten. Diese Aussagen belegen eine reflektierte Auseinandersetzung mit der Frage nach der Markierung von „Fremdheit“ in einer pluralen Gesellschaft sowohl in traditionellen Medienunternehmen als auch unter den Macher:innen von Social Media-Formaten.

Die spezialisierten Angebote zeigen mit ihrem gesprächseröffnenden Ansatz, dass sie Migration nicht ausschließlich problematisieren, sondern als gesellschaftlich bereichernd für die (breite) Öffentlichkeit betrachten. Auf dieser Denkweise fußend,

stellen sie einen kommunikationswissenschaftlich höchst interessanten Untersuchungsgegenstand dar, der seine formatübergreifende Bedeutung in der Medienlandschaft aufzeigt. *Workin' Germany* (BR) etwa strebt durch die gezielte Themensetzung an, „den Journalismus dadurch eigentlich allumfassender [oder] realitätsgetreuer zu machen“ (Abdel Aziz, Z. 787f.).

Grundlegend versuchen alle interviewten Medienschaffenden, mit ihren Angeboten eine sehr breite Zielgruppe anzusprechen. Nabila Abdel Aziz von *Workin' Germany* beschreibt ihre Zielgruppe wie folgt:

Also wir haben [...] eine sehr diverse Zielgruppe [...] also jung, kosmopolitisch, weiblich, divers, urban und wir versuchen so intersektional wie möglich zu sein [...] also dass wir einfach auch andere Bilder benutzen mit denen sich Menschen identifizieren können, genau und einfach, dass diese wachsende Zielgruppe endlich das Gefühl hat, dass sie von uns repräsentiert wird und dass man eben nicht immer nur über sie spricht und ihre Existenz problematisiert, sondern das normalisiert und mainstreamt (Abdel Aziz, Z. 80ff.).

Journalistin Brogli aus der Schweiz konstatiert bezüglich ihrer Zielgruppe, dass ihr Angebot *Meine fremde Heimat* nicht eng festgesteckt sei, sondern sich an ein möglichst breites Publikum richte. Nämlich an Personen, die

eben bei uns in der Schweiz leben, aber vielleicht auch irgendwo noch so ein Teil von ihrem Herz haben, der irgendwo anders lebt und dann mit ihnen das auch zu erfahren, wie das ist, wenn sie das entdecken können und auch die Unterschiede natürlich aufzuzeigen, aber ich denke für uns ist es ganz wichtig, dass wir eben möglichst alle in der Schweiz ansprechen können mit unterschiedlichen Geschichten und eben auch Menschen mit Migrationshintergrund (Brogli 2022, Z. 171ff.).

In einer weiten Auslegung ließe sich dies so interpretieren, dass diese Angebote bereits solch diversitätssensible Medienformaten repräsentieren, die Diversität über den explizit migrantischen Fokus hinausdenken und so zur Normalität einer postmigrantischen Gesellschaft gehören.

### ***Hindernisse und Herausforderungen***

Neben einer Vielzahl an Motiven und Zielen, die die Medienmacher:innen nennen, zeigt sich sowohl in den Interviews als auch in der Gruppendiskussion, dass Angebote mit migrationssensiblem Anspruch vor einigen Herausforderungen stehen. Auf struktureller Ebene bedeutet dies beispielsweise, dass die redaktionelle Arbeit durch unterschiedliche Faktoren begrenzt wird, zu denen neben finanziellen und personellen Ressourcen insbesondere der Umgang mit einem polarisierten und diskriminierendem Diskursverhalten (Hate Speech) und die sich daran anschließenden Vorbehalte in der migrantischen Zielgruppe gehören. Die relevantesten Aspekte, die eher als Bündel denn monokausal wirken, sollen im Folgenden näher vorgestellt werden.

Eine der folgenreichsten Herausforderungen sei die Finanzierung ihrer Angebote (Alaboud, Z. 631f.). Das gilt vor allem für Befragte, die unabhängig von großen Medienhäusern arbeiten. Aufgrund der Abhängigkeit von Spenden und Förderungen gebe es weniger Planungssicherheit, da die Einnahmen sehr unterschiedlich ausfallen können und nur für einen bestimmten Zeitraum bewilligt werden (Al Zaher, Z. 607ff.). Einige Angebote sind daher auf ehrenamtliche Arbeit angewiesen, denn

wir sind nirgendwo irgendwie angegliedert, an kein Medienhaus. Wir bekommen jetzt eine kleine Förderung, aber einfach die Zeit und auch die finanziellen Ressourcen zu finden, um so ein Angebot dann auch umzusetzen, das ist auf jeden Fall eine Herausforderung für uns (Bunje, Z. 618f.).

Diese Einschränkung hat Folgen für die Personalstruktur und wirkt sich so auch auf die Inhaltsebene aus: Auch bei öffentlich-rechtlichen Angeboten stelle man fest, dass Erwartungen der Rezipient:innen auch mit Blick auf die Vielfalt der Darstellungsformen und Protagonist:innen aufgrund begrenzter finanzieller Mittel und mangelnden Personals nicht erfüllt werden können:

Wir sind ein zu kleines Team mit zu wenig Geld und sie [die Nutzer:innen, Anm. d. Verf.] erwarten aber gleichzeitig viel zu viel von dem Kanal [...] und da kommen wir sehr, sehr oft an unsere Grenzen [...]. Das Weiterleben des Kanals ist auch etwas, das immer wieder zur Debatte steht [...]. Da wirklich viel Geld reinzustecken [...], da fehlt es dann manchmal noch. (Abdel Aziz, Z. 588ff.)

Fehlende Ressourcen können besonders für Angebote, die ausschließlich via Social Media verbreitet werden, existenzgefährdende Auswirkungen haben. Mindestens führt es aber dazu, in den Redaktionen eine „Hemmschwelle“ wahrzunehmen, polarisierende Thematiken zu behandeln, bei denen zu erwarten wäre, dass weit mehr Nutzer:innen reagieren und mehr Moderation nötig als mit dem Personalkörper zu stemmen wäre (Bathe, Z. 562ff.). Hier zeigt sich eine Rekursivität von inhaltlicher und personeller Ebene. Hasskommentare werden angebotsübergreifend als ernstzunehmendes Problem diskutiert. Die Verantwortlichen sehen ihr Community Management vor großen Herausforderungen, beispielweise wenn man bei komplexen Themen wie dem Nahostkonflikt mit äußerstem Bedacht zwischen völlig konträren Positionen vermitteln müsse (Alaboud, Z. 625ff.). Redaktionsmitglieder würden mit einem steigenden Maß an Hate Speech konfrontiert, das nur sehr zeit- und energieintensiv zu moderieren und kontrollieren sei:

Ich hatte jetzt gestern ein Gespräch mit Vertreter:innen des Verbands der Sinti und Roma Baden-Württemberg, die gesagt haben, dass sie ganz oft die Kommentarfunktion zumachen, weil sie das einfach nicht mehr gemanagt kriegen [...] Früher haben die Leute irgendwie am Stammtisch rumgepoltert und jetzt poltern sie öffentlich. (Saoub, Z. 544ff.)

Angesichts der diskriminierenden Kommentare, mit denen sich die Medienschaffenden konfrontiert sehen, sei es eine große Herausforderung, die (post-)migrantischen Gesprächspartner:innen des Podcasts vor diesen zu schützen. Hinzu komme, dass Protagonist:innen potentielle Folgen der Berichterstattung antizipieren, da sie

mit rassistischen Einstellungen, die sich in den Kommentarspalten der sozialen Medien entladen, vertraut sind. Somit kann der Versuch, die integrativen Potentiale der Medien auszuschöpfen, auch zunächst zu einer Verstärkung von Diskriminierung führen, was die Polarisierung des gesellschaftlichen Diskurses aktiviert.

Es bestehen also durchaus Vorbehalte in der migrantischen Zielgruppe, was dann auch das Casting von Gesprächspartner:innen beeinträchtigt. Mehrheitlich erachten die Medienmacher:innen den Zugang zu Protagonist:innen im Produktionsprozess daher als schwierig, man müsse verstärkt „Überzeugungsarbeit leisten“ (Bathe, Z. 205). Das Radiomagazin *Aktuell Mondial* (SWR) spricht ferner über die Weiterverwendung linearer Inhalte in Social Media (vgl. Saoub, Z. 56ff.). Es werde deutlich, „dass Menschen mit Migrationshintergrund sich oft nicht so vors Mikro[fon] trauen“ (Bathe, Z. 504). Viele Migrant:innen würden die eigens für sie produzierten Angebote nur geringfügig als geschützten Raum wahrnehmen, Social Media stünden sie skeptisch gegenüber. Umgekehrt berichtet der Host von *Amal, Berlin!* von mangelnder Wertschätzung seitens der sogenannten Mehrheitsgesellschaft. So komme es vor, dass sie zu gewissen Themen weniger umfangreich berichten können, da Menschen ohne Migrationshintergrund nicht mit ihnen sprechen wollen, da sie eine „ausländische Zeitung“ seien (Alaboud, Z. 635ff.). Diese Anschlusskonflikte mit migrationskritischen Stimmen, die Folge der medialen Diversitätsbestrebungen sind, zeigen die starken Ambivalenzen auch in medialen Integrationsprozessen auf.

Von einer gelungenen Vertrauensbasis wiederum und wenig negativen Erfahrungen berichtet das BR-Angebot *Workin' Germany*: „Also wir haben uns unsere eigene Community auf Instagram geschaffen und deswegen haben wir zum Glück bis jetzt fast keine Probleme mit Hasskommentaren. [...] weil die Leute auch sehen, unsere Hosts haben auch Migrationsgeschichte.“ (Abdel Aziz, Z. 578ff.)

Weiter könne auch der Umgang mit Sprache die Identifikationsmöglichkeiten mit journalistischen Angeboten erhöhen. Das beginne mit der Entscheidung, in welcher Sprache man veröffentlicht und in welchen weiteren Sprachen Untertitel eingebunden werden und spannt sich bis zur Frage, wie authentisch mit den eigenen Deutschkenntnissen umgegangen werden soll:

Am Anfang habe ich darauf geachtet, dass mein deutsch halt perfekt ist, zum Beispiel habe ich ein paar Videos mehrmals gemacht, damit es fehlerfrei ist. Dann haben die Menschen gesagt: ‚Rede einfach, wie du redest.‘ [...] Ich fand es halt noch besser, wenn man authentischer bleibt, auch wenn es nicht fehlerfrei ist. (Alkadri, Z. 225ff.)

Die journalistische Fixierung auf deutsche Sprache sei eine „riesige Hürde. [...] Also da würde ich mir zum Beispiel auch wünschen, dass man mutiger ist und viel mehr Leute ans Mikro lässt. Dann würden sich glaube ich auch viele Leute einfacher tun oder hätten nicht so Angst“ (von Lowtzow, Z. 480ff.). Dieser Aspekt müsste auf einer übergeordneten institutionellen und strukturellen Ebene angegangen und schließlich personell umgesetzt werden, denn nur so kann auf mehr Sichtbarkeit mehr tatsächliche Teilhabe folgen. Einer der Erfolgsfaktoren migrantischer Medienangebote



scheint demnach die personelle Diversität der Redaktionsteams dahinter zu sein. Die Befragten berichten so einerseits von zunehmender Sensibilisierung in den Bewerbungsverfahren, wenn zum Beispiel bewusst darauf geachtet wird, dass Diversität als Kriterium in den Stellenausschreibungen explizit genannt ist (von Lowtzow, Z. 269ff.). Andererseits verweist die bevorzugte Suche nach Personal mit diversen „Merkmalen“ (von Lowtzow, Z. 278) aber auch auf identitätspolitische Herausforderungen, beispielsweise bei der Frage, inwiefern diese bewusste Personalrekrutierung die Gefahr birgt, Menschen mit Migrationsgeschichte im Auswahlprozess ethnisch zu markieren.

### ***Selbstverständnis***

Anders als im Ideal des Informationsjournalismus fordert die Auseinandersetzung mit migrantischen Perspektiven geradezu dazu auf, Stellung zu beziehen und sich anwaltschaftlich zu positionieren. Ein solcher Perspektivwechsel geschieht auf verschiedenen Ebenen: durch die Auswahl von Gesprächspartner:innen, durch Themenwahl und -umsetzung. Man versuche als Vermittlungsinstanz aufzutreten und einen Gegenpol zur Polarisierung zu bilden. Es gehe darum „Diversität als ganz selbstverständlich darzustellen“ und sie „nicht immer zu problematisieren“ (Abdel Aziz, Z. 340ff.). Der Vorsatz, plurale Lebenswirklichkeiten anzuerkennen und dem Publikum transparent zu machen, begleitet die Journalist:innen bei der inhaltlichen Produktion ihrer Angebote vor allem im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zum einen strukturell aber auch im publizistisch umzusetzenden Programmauftrag. Es gehe darum, bei den vielstimmigen Positionen einen Interpretationsspielraum zu lassen, in dem das Publikum die getätigten Aussagen selbst bewerten kann. Denn „die Politik kann man nie ganz herausnehmen“ (Brogli, Z. 756). Immer wieder verteidigen die Befragten ihren Vorsatz, eine Stimme für Vielfalt und gegen Diskriminierung und Rassismus zu sein als Akt der Menschlichkeit. Frank Joung vom Podcast *Halbe Katoffl* tut sich zunehmend schwer zu erkennen,

wo Politik anfängt und wo sie aufhört. Mittlerweile sind wir dahin gekommen, dass selbst wenn man sagt: ‚ich bin dafür, dass man keine Menschen auf dem Meer sterben lässt‘, das bereits als politisch gilt. Dabei ist es ein ganz normaler menschlicher Akt [...]. Da werden so banale menschliche Dinge politisiert. (Joung, Z. 246ff.)

Al Zaher vom *Kohero-Magazin* fragt sich in diesem Zusammenhang ebenfalls, wo die Grenze verläuft: „Darf der Journalist auch menschlich sein? Wenn menschlich hier meint, dass es gegen bestimmte Sachen ist, gegen Rassismus, gegen Hass.“ (Al Zaher, Z. 676f.). Geht es um das Selbstverständnis, so zeigt sich, dass die Grenzbereiche Journalismus und Aktivismus diffizil sind, von den meisten Journalist:innen in der redaktionellen Praxis aber transparent reflektiert werden. Ein statisches Objektivitätspostulat müsse als überholt gelten (Al Zaher, Z. 699ff.). Von Lowtzow von *Workin‘ Germany* geht noch weiter und schränkt insgesamt ein:

Ich glaube nicht, dass es einen objektiven, im Sinne von wirklich neutralen Journalismus geben kann, weil Journalismus wird von Menschen gemacht und Menschen haben immer

bestimmte Haltungen [oder] Sachen, die sie mit sich bringen und das prägt natürlich immer wie sie Sachen sehen. (von Lowtzow, Z. 420ff.)

Nichtsdestotrotz bzw. gerade deswegen sei Transparenz über die eigene politische Haltung unerlässlich. Von dieser Warte lasse sich dann auch eine persönliche Färbung der Geschichten und der Versuch unterrepräsentierten Stimmen mehr Raum zu geben begründen. Es sei ein „Anliegen, die Leute einfach erzählen zu lassen und nicht immer gleich zu sagen ‚Ja aber ...‘“ (von Lowtzow, Z. 438ff.). Dass Journalist:innen und andere Medienschaffende als Subjekte von ihren individuellen Werten, Normen und Einstellungen getragen werden und diese sich in der Folge auch in der Berichterstattung spiegeln, gelte für viele kontroverse Themen: „Wenn jetzt ein Kollege aus der Verkehrsredaktion über die Benzinpreiserhöhung berichtet und der fährt einen dicken SUV und hat am Morgen getankt, dann macht das etwas mit dem (...). Wichtig ist, es sich klarzumachen und zu benennen.“ (Saoub, Z. 783ff.)

Ob Klimawandel oder Migration – in polarisiert geführten öffentlichen Diskursen stößt ein bloßer Informationsjournalismus an seine Grenzen, umgekehrt gelte es Einseitigkeiten zu vermeiden, denn „ideologisch wird es dann, wenn man sagen würde, es gibt nur eine Art und Weise darauf zu reagieren, dass die Gesellschaft immer vielfältiger wird“ (Abdel Aziz, Z. 770f.). Nicht zuletzt habe die Evolution sozialer Medien die klare Trennung zwischen aktivistisch-meinungsstarken und neutral-informierenden Botschaften schwammiger gemacht und eine Nutzer:innenschaft hervorgebracht, die im Netz explizit nach Orientierung suche, so dass man „auch als Medium oder Journalist die Generation Z nicht ohne Meinungen erreichen“ könne (Al Zaher, Z. 683f.).

Dass die Medienmacher:innen selbst jedoch häufig nicht nur eine Meinung zu Migration haben, sondern das Thema teilweise emotional mit der eigenen Lebensgeschichte verschränkt ist, mache den Umgang mit persönlicher Betroffenheit besonders herausfordernd. Khalid Alaboud vom Online-Magazin *Amal! Berlin* habe in seinem Heimatland sowohl als Journalist als auch als Aktivist in der politischen Opposition gearbeitet, sodass sich die Rollen nach wie vor häufig zu vermischen drohen:

Ich bin auch ein Teil von den Opfern, die Diskriminierung erlebt, die Rassismus erlebt haben, und gleichzeitig will ich über diese Themen auch schreiben. Doch als Journalist bist du keine Nachricht, sondern du schreibst Nachrichten. Und in diesen Themen Diskriminierung und Rassismus, manchmal ich bin die Nachricht, weil ich bin einer von dieser Gruppe, die dieses Problem erlebt. (Alaboud, Z. 668ff.)

Die Ergebnisse aus beiden Befragungen belegen, dass die Macher:innen von Medienangeboten mit migrantischer Perspektive mit sehr bewussten und klaren teilhabe- und zusammenhaltstfördernden Zielen ihre Arbeit betreiben. Gleichzeitig wird deutlich, dass auf dem Weg zu einem diversitätssensibleren Journalismus vielerorts nur die ersten Schritte gegangen wurden. Zahlreiche Herausforderungen und Zukunftssorgen gehören momentan noch zum Redaktionsalltag der untersuchten Medienangebote. Die Daten belegen auch die lebendige Diskussion um die eigene Rolle

in der Gemengelage einer digitalen Öffentlichkeit und das differenzierte Wissen um Entgrenzungen hin zum Aktivismus, was ein hohes Maß an Selbstreflexion im Feld belegt.

### **Ausblick und praktische Implikationen**

Die Studie hat gezeigt, dass eine Veränderung hin zu stärkerer Diversität auf den Ebenen der Produktion, Inhalte und Zielgruppen in der strategischen und personellen Ausrichtung der Medienangebote mit migrantischer Perspektive erkennbar ist. Gleichzeitig wurden in beiden Erhebungen vielfältige Herausforderungen und Hindernisse genannt, die unter anderem zu einer verstärkten Reflexion des journalistischen Selbstverständnisses führen. In ihrer redaktionellen Organisation stehen die untersuchten Medienangebote dem institutionalisierten Journalismus unterschiedlich nahe und sind Ausdruck eines sich transformierenden Mediensystems, in welchem sich in Plattformöffentlichkeiten neue Formate komplementär und/oder konkurrierend um Zielgruppen bemühen, deren mediale Sichtbarkeit und diverse Sichtweisen bislang einer pluralen Gesellschaft nicht gerecht wird. Ein solch engagierte Journalismus mit normativer Zielsetzung stellt nicht nur Berufsstandards wie das „Neutralitätsgebot“ auf den Prüfstand, er bewegt sich außerdem stets zwischen Facetten der In- und Exklusion, denn während er integrativ zum Empowerment der migrantischen Communities beitragen kann, provoziert er in besonderer Weise reaktionäre Kräfte in der Mehrheitsgesellschaft, die den medialen Diskurs desintegrativ polarisieren. Die Macher:innen sind sich dieses Spannungsverhältnisses zwischen beobachtenden und wertenden, aktivierenden Botschaften bewusst.

Mit Blick auf das Integrationspotential von Medienangeboten mit migrantischer Perspektive problematisieren unsere Befragungsteilnehmenden außerdem, dass allein die Herstellung von Diversität für eine gelebte inklusive Teilhabe nicht ausreicht. Denn ethnische Markierungen im Auswahlprozess, die Überhöhung der deutschen Sprache als Türöffner für Positionen vor der Kamera oder am Mikrofon, aber auch die diskriminierende Exotisierung von migrantischen Kolleg:innen sind eben auch Folgen der Bemühungen um Pluralität. Dies untermauert auch Mariana Friedrich, Mitglied im Bundesvorstand des Deutschen Journalistenverbandes: „Diskriminierung bedeutet übrigens auch, Journalist:innen mit Migrationshintergrund auf eben diese Themen festzulegen, obwohl sie vielleicht Expert:innen für Wirtschaft, Kultur oder Tierzucht sind.“ (Friedrich, 2022, S. 8)

In diesem ambivalenten Feld entwickeln diversitätssensible Medienangebote also sowohl Chancen als auch neue Spannungen, vor allem aber sind sie Ausdruck und Teil eines tiefgreifenden gesellschaftlichen Wandels, der sich stets in der öffentlichen Kommunikation spiegelt und im medialen Diskurs katalysiert. Konfligierende Interessen begleiten diese Transformation, die wir weniger als linearen positiven Trend, denn als widersprüchlichen und spannungsgeladenen Prozess verstehen wollen.

Da „qualitative Befragungen (einzeln oder in der Gruppe) stets explorativen Charakter und die Aufgabe [haben], weitere Forschung vorzubereiten“ (Lüthje, 2016, S. 159), sind beide hier vorgestellten Teilstudien nur ein Ausgangspunkt für weitere Forschung in diesem Bereich. Offen ist, wie sich die Angebote mit migrantischer Perspektive zum einen auf die tatsächliche Teilhabe von Journalist:innen mit Migrationsgeschichte auswirken und ob und inwiefern sich dadurch die inhaltliche Vielfalt der Perspektiven verändert. Zum anderen müssten in weiteren Studien die Wirkungen einer diverseren Berichterstattung auf Publika und mitwirkende Protagonist:innen der Angebote erfasst werden, um abzuwägen, wie sich die medial generierte Vielfalt auch als evidentestes partizipatives Element auswirkt. Die Befunde dieser Untersuchung können ferner zum Anlass genommen werden, um in Redaktionsbefragungen zu eruieren, welche Diversitätsstrategien in traditionellen Medienorganisationen verfolgt werden, um die Angebote mit migrantischer Perspektive nicht auf Programmschienen in der Sparte zu begrenzen. Hier könnten sich auch Implikationen für die Praxis anschließen, nämlich bei der Rekrutierung von journalistischem Nachwuchs vermehrt auf Diversität zu achten und Mitarbeitenden mit Migrationsgeschichte ein sicheres und respektvolles Arbeitsumfeld zu bieten. Hier zeigt unsere Studie bereits vielfältige Bestrebungen, junge Medienschaffende zu ermutigen, solche Formate auszuprobieren und dadurch Veränderungen anzustoßen, ohne auf bewährte Rollen- und Berufsverständnisse verzichten zu müssen. In einigen öffentlich-rechtlichen Medienhäusern wurden spezielle zusätzliche Ausbildungsangebote neben den klassischen Volontariaten und Praktika etabliert, um qua rundfunkrechtlichem Auftrag einer verstärkten Integration in der journalistischen Praxis Vorschub zu leisten. Neue Ausbildungsangebote wie etwa *WDR grenzenlos* (vgl. Schulz et al., 2009, S. 167; Westdeutscher Rundfunk, o.J.) oder jüngst das *Puls Talente Programm* des Bayerischen Rundfunks (2022) zeigen, dass das Bewusstsein für diverse journalistische Teams in den Redaktionen wächst und – in der Praxis – in die Journalist:innenausbildung überführt wurde. Dies verstärkt den Eindruck aus der medienpolitischen Debatte, dass diversitätssensible Angebote gerade im institutionalisierten Journalismus gern gesehene und häufig öffentlichkeitswirksam vermarktete Aushängeschilder sind. Dennoch fristen sie vielerorts noch eher ein Dasein als Leuchtturmprojekt, an nachhaltiger struktureller Unterstützung, vor allem finanzieller und personeller Verstetigung, scheint es zu fehlen.

## Literatur

- Ahmed, S. & Swan, E. (2006). Doing Diversity. *Policy Futures in Education*, 4(2), 96–100. <https://doi.org/10.2304/pfie.2006.4.2.96>
- Avdagic, S. & Savage, L. (2021). Negativity Bias: The Impact of Framing of Immigration on Welfare State Support in Germany, Sweden and the UK. *British Journal of Political Science*, 51(2), 624–645. <http://dx.doi.org/10.1017/S0007123419000395>
- Bause, H. (2021). Politische Social-Media-Influencer als Meinungsführer? *Publizistik*, 66(2), 295–316. <https://doi.org/10.1007/s11616-021-00666-z>

- Bayer, J. (2013). *Media Diversity in Deutschland: Kulturwissenschaftliche Perspektiven auf journalistische Praxis* [Dissertation, Ludwig-Maximilians-Universität München]. Universitätsbibliothek Registry. [http://edoc.ub.uni-muenchen.de/16086/1/Bayer\\_Julia.pdf](http://edoc.ub.uni-muenchen.de/16086/1/Bayer_Julia.pdf)
- Bayerischer Rundfunk (2022, 2. Mai). Jung, innovativ und divers: *Das PULS Talente Programm geht in die dritte Runde* [Pressemitteilung]. <https://www.br.de/presse/inhalt/pressemitteilungen/puls-talente-programm-2022-100.html>
- Bonfadelli, H. (2007). Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien. In H. Bonfadelli & H. Moser (Hrsg.), *Medien und Migration: Europa als multikultureller Raum* (S. 95–118). VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-90431-3\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-531-90431-3_6)
- Bonfadelli, H., Bucher, P., Piga, A., Signer, S., Friedmann, R., Weyand, J., Wenzel, U., Burgermeister, N., & Vasella, L. (2008). *Migration, Medien und Integration. Der Integrationsbeitrag des öffentlich-rechtlichen, kommerziellen und komplementären Rundfunks in der Schweiz: Forschungsbericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM*. IPMZ - Universität Zürich.
- Boychev, H., Horz, C., & Neumüller, M. (2020). *Viel Wille, kein Weg – Diversity im deutschen Journalismus*. Neue deutsche Medienmacher\*innen. [https://neuemedienmacher.de/fileadmin/dateien/PDF\\_Borschueren-Infomaterial-Flyer/20200509\\_NdM\\_Bericht\\_Diversity\\_im\\_Journalismus.pdf](https://neuemedienmacher.de/fileadmin/dateien/PDF_Borschueren-Infomaterial-Flyer/20200509_NdM_Bericht_Diversity_im_Journalismus.pdf)
- Bundesregierung (2007). *Der Nationale Integrationsplan: Neue Wege – Neue Chancen*. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/2065474/441038/acdb01cb90b28205d452c83d2fde84a2/2007-08-30-nationaler-integrationsplan-data.pdf?download=1>
- Bundesregierung (2011). *Nationaler Aktionsplan Integration: Zusammenhalt stärken – Teilhabe verwirklichen*. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. [https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/programme/exwost/Forschungsfelder/2009/IntegrationStadtteilpolitik/NationalerAktionsplanIntegration2011.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/forschung/programme/exwost/Forschungsfelder/2009/IntegrationStadtteilpolitik/NationalerAktionsplanIntegration2011.pdf?__blob=publicationFile&v=1)
- Bundesregierung (2021). *Nationaler Aktionsplan Integration. Bericht Phase IV – Zusammenwachsen: Vielfalt gestalten – Einheit sichern*. Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration. <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/973862/1875182/odf29c2cdo4e842a91b1b33700b467bd/2021-03-09-bkm-kulturkapitel-nap-i-data.pdf?download=1>
- Chill, H. & Meyn, H. (1996). Funktionen der Massenmedien in der Demokratie. *Informationen zur politischen Bildung*, 260(3).
- DeCuir-Gunby, J. T., Marshall, P. L., & McCulloch, A. W. (2011). Developing and Using a Codebook for the Analysis of Interview Data: An Example from a Professional Development Research Project. *Field Methods*, 23(2), 136–155. <https://doi.org/10.1177/1525822X10388468>
- Duckwitz, A. (2019). *Influencer als digitale Meinungsführer: Wie Influencer in sozialen Medien den politischen Diskurs beeinflussen – und welche Folgen das für die demokratische Öffentlichkeit hat*. Friedrich-Ebert-Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/akademie/15736-20200702.pdf>
- Engel, S., Deuter, M.-S., Mantel, A., Noack, M., Wohler, J., & Raspel, J. (2019). Die (Re)Produktion symbolischer Ordnung – Narrative in der deutschen Medienberichterstattung über Flucht und Geflüchtete. In E. Arslan & K. Bozay (Hrsg.), *Symbolische Ordnung und Flüchtlingsbewegungen in der Einwanderungsgesellschaft* (S. 273–298). Springer VS. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-22341-0\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-658-22341-0_15)
- Evers, T. (2021). Ethnische Diversität: Zentraler Wert einer integrativen journalistischen Öffentlichkeit. *Communicatio Socialis*, 54(4), 446–459. <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2021-4-446>
- Fengler, S., Bastian, M., Brinkmann, J., Zappe, A. N., Tatah, V., Andindilile, M., Assefa, E., Chibita, M., Mbaine, A., Obonyo, L., Quashigah, T., Skleparis, D., Splendore, S., Tadesse, M., & Lengauer, M. (2022). Covering Migration – in Africa and Europe: Results from a Comparative Analysis of 11 Countries. *Journalism Practice*, 16(1), 140–160. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1792333>

- Filipović, A. (2021). Ethik der Pluralität: Impulse für eine Medienethik pluraler Gesellschaften. *Communicatio Socialis*, 54(3), 288–297. <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2021-3-288>
- Fleras, A. & Elliot, J. L. (2002). *Engaging diversity: Multiculturalism in Canada*. Scarborough.
- Foroutan, N. (2018). Die postmigrantische Perspektive: Aushandlungsprozesse in pluralen Gesellschaften. In M. Hill & E. Yildiz (Hrsg.), *Postmigrantische Visionen: Erfahrungen – Ideen – Reflexionen* (S. 15–29). transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839439166-004>
- Friedrich, M. (2022). Mit ihren Themen überzeugen. *Journalist*, (9), 8.
- Gardenswartz, L. & Rowe, A. (1994). *Diverse Teams at Work: Capitalizing on the Power of Diversity* (1. Aufl.). Irwin Professional Publishing.
- Geißler, R. & Pöttker, H. (2001). Mediale Integration von ethnischen Minderheiten. In *Kulturwissenschaftliches Forschungs-Kolleg „Medienumbrüche“* (S. 141–165). Universität Siegen.
- Geißler, R. & Pöttker, H. (2006). Mediale Integration von Migranten: Ein Problemaufriss. In R. Geißler & H. Pöttker (Hrsg.), *Integration durch Massenmedien: Medien und Migration im internationalen Vergleich* (S. 13–44). transcript. <https://doi.org/10.1515/9783839405031-001>
- Geißler, R. & Pöttker, H. (Hrsg.). (2015). *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland: Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie*. transcript.
- Grabenheinrich, M. (2023). *Journalismus und Diversity: Umgang mit kultureller Diversität in der journalistischen Praxis und Konsequenzen für die Aus- und Fortbildung*. Springer VS. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-39189-8>
- Graf, H. (2011). Examining Ethnicity in German Newsrooms. In H. Graf (Hrsg.), *Diversity in Theory and Practice. News Journalists in Sweden and Germany* (S. 121–148). Nordicom.
- Graf, H. & Jönhill, J. I. (2011). Introduction. In H. Graf (Hrsg.), *Diversity in Theory and Practice. News Journalists in Sweden and Germany* (S. 9–22). NORDICOM.
- Imbusch, P. & Rucht, D. (2005). Integration und Desintegration in modernen Gesellschaften. In W. Heitmeyer & P. Imbusch (Hrsg.), *Integrationspotentiale einer modernen Gesellschaft* (S. 13–71). VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-322-80502-7\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-322-80502-7_1)
- Imhof, K. (2011). *Die Krise der Öffentlichkeit: Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*. Campus.
- Jäger, M. & Wamper, R. (2017). *Von der Willkommenskultur zur Notstandsstimmung. Der Fluchtdiskurs in deutschen Medien 2015 und 2016*. DISS – Duisburger Institut für Sprach- und Sozialforschung. <http://www.diss-duisburg.de/wp-content/uploads/2017/02/DISS-2017-Von-der-Willkommenskultur-zur-Notstandsstimmung.pdf>
- Jarren, O. (2015). Journalismus – unverzichtbar?!. *Publizistik*, 60(2), 113–122. <http://dx.doi.org/10.1007/s11616-015-0228-6>
- Jung, M., Niehr, T., & Böke, K. (2000). *Ausländer und Migranten im Spiegel der Presse: Ein diskurshistorisches Wörterbuch zur Einwanderung seit 1945*. Westdeutscher Verlag.
- Kelm, O., Dohle, M., & Bormann, M. (2021). Die Berichterstattung in Deutschland über Flucht, Migration und Integration. In N. Brüggem, M. Dohle, O. Kelm, & E. Müller (Hrsg.), *Flucht als Krise? Flucht, Migration und Integration in den Medien sowie die themenbezogene Aneignung durch Heranwachsende* (S. 29–164). kopaed. <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.4741046>
- Klaus, E., Hipfl, B., & Scheer, U. (2004). Einleitung: Mediale Identitätsräume. In B. Hipfl, E. Klaus & U. Scheer (Hrsg.), *Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topographie* (S. 9–15). transcript.
- Klinger, U. & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media & Society*, 17(8), 1214–1257. <https://doi.org/10.1177/1461444814522952>
- Krotz, F. (2003): Qualitative Methoden der Kommunikationsforschung. In G. Bentele, H.-B. Brosius, & O. Jarren (Hrsg.), *Öffentliche Kommunikation: Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 245–261). Westdeutscher. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-80383-2>
- Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (4. Aufl.). Beltz Juventa.

- Lüthje, C. (2016). Die Gruppendiskussion in der Kommunikationswissenschaft. In S. Averbek-Lietz & M. Meyen (Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 157–173). Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-01656-2>
- Maurer, M., Jost, P., Kruschinski, S., & Haßler, J. (2023). Inkonsistent einseitig: Die Medienberichterstattung über Geflüchtete 2015–2020. *Publizistik*, 68(1), 13–35. <https://doi.org/10.1007/s11616-022-00769-1>
- McQuail, D. (2007). Revisiting Diversity as a Media Policy Goal. In W. A. Meier, W. & J. Trappel (Hrsg.), *Power, Performance and Politics. Media Policy in Europe* (S. 41–58). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845202938>
- Meier, K. (2018). *Journalistik* (4. Aufl.). UVK. <https://doi.org/10.36198/9783838548081>
- Möhring, W. & Schlütz, D. (2010). *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung* (1. Aufl.). Springer VS.
- Mohr, I., & Schiller, D. (2020). Diversity und Public Value – gesellschaftliche Vielfalt als Mehrwert für alle. *Media Perspektiven*, (1), 2–15.
- Müller, P., & Schweiger, W. (2020). Kommunikation und (Des-)Integration – Problemaufriss und Framework. In V. Gehrau, A. Waldherr, & A. Scholl (Hrsg.), *Integration durch Kommunikation (in einer digitalen Gesellschaft)* (S. 15–26). DGPK. <https://doi.org/10.21241/ssoar.66136>
- Neidhardt, F. (1994). Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In F. Neidhardt (Hrsg.), *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung* (S. 7–41). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Neuberger, C. (2020). Journalismus und digitaler Wandel: Krise und Neukonzeption journalistischer Vermittlung. In O. Jarren & C. Neuberger (Hrsg.), *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre* (S. 119–154). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783748909729>
- Neuberger, C. & Quandt, T. (2018). Internet-Journalismus: Vom traditionellen Gatekeeping zum partizipativen Journalismus. In W. Schweiger & K. Beck, *Handbuch Online-Kommunikation* (1. Aufl, S. 1–21). Springer VS.
- Pöttker, H., Kiesewetter, C., & Lofink, J. (2016). *Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft*. Springer VS.
- Prinzing, M., Köberer, N., & Schröder, M. (Hrsg.). (2018). *Migration, Integration, Inklusion: Medienethische Herausforderungen und Potenziale für die digitale Mediengesellschaft*. Nomos.
- Reese, S. D. & Shoemaker, P. J. (2016). A media sociology for the networked public sphere: The hierarchy of influences model. *Mass Communication and Society*, 19(4), 389–410. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1174268>
- Röben, B. (2008). Migrantinnen in den Medien. Diversität in der journalistischen Produktion – am Beispiel Frankfurt/Main. In U. Wischermann & T. Thomas (Hrsg.), *Medien – Diversität – Ungleichheit: Zur medialen Konstruktion sozialer Differenz* (S. 141–159). VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-90860-1\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-531-90860-1_8)
- Schulz, G., Ernst, S., & Zimmermann, O. (2009). *Der WDR als Kulturakteur. Anspruch - Erwartung - Wirklichkeit*. Deutscher Kulturrat.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1991). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (1. Aufl.). Longman.
- Simon, E., Krtalic, I., & Kloppenburg, G. (2020). Junge Menschen mit Zuwanderungsgeschichte: Mediennutzung und Programmervartungen. Ergebnisse einer Studie aus Nordrhein-Westfalen. *Media Perspektiven*, 7-8, 447–458.
- Statistisches Bundesamt (2021). *Bevölkerung – Migration und Integration* [Datensatz]. [https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/\\_inhalt.html](https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/_inhalt.html)
- ter Wal, J. (2002). *Racism and Cultural Diversity in the Mass Media: An Overview of Research and Examples of Good Practice in the EU Member States, 1995–2000*. European Research Centre on Migration and Ethnic Relations. <http://fra.europa.eu/en/publication/2002/racism-and-cultural-diversity-mass-media>

- Toepfer, G. (2020). Diversität. Historische Perspektiven auf einen Schlüsselbegriff der Gegenwart. *Zeithistorische Forschungen*, 17(1), 130–144. <https://doi.org/10.14765/zzf.dok-1767>
- Vassiliou-Enz, K. & Hemmelmann, P. (2021). „Es geht nicht nur um Teilhabe“. *Communicatio Socialis*, 54(4), 460–469. <https://doi.org/10.5771/0010-3497-2021-4-460>
- Verein Charta der Vielfalt (o.J.). *Die Urkunde Charta der Vielfalt im Wortlaut*. <https://www.charta-der-vielfalt.de/ueber-uns/ueber-die-initiative/die-urkunde-im-wortlaut/>
- Weber, P. & Mangold, F. (2019). Konsequenzen des digitalen Wandels öffentlicher Kommunikation: Aktuelle Befunde der Rezeptions- und Wirkungsforschung zu Nachrichtennutzung, Meinungsartikulation und -beeinflussung. In P. Weber, F. Mangold, M. Hofer, & T. Koch (Hrsg.), *Meinungsbildung in der Netzöffentlichkeit* (S. 7–16). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845293837>
- Weischenberg, S. (2005). Journalismus. In S. Weischenberg, H. J. Kleinsteuber, & B. Pörksen (Hrsg.), *Handbuch Journalismus und Medien* (S. 132–142). UVK.
- Westdeutscher Rundfunk (o.J.). *WDR grenzenlos Talentwerkstatt*. <https://www1.wdr.de/unternehmen/der-wdr/karriere/grenzenlos/index.html>