

„Dafür
musst
du mit
’nem
Polohemd
aufge-
wachsen
sein“

Soziale Herkunft im
Journalismus –
Handlungsoptionen
für neue Zugänge
zum Journalismus

Ein Report von
Björn Staschen

„Dafür musst du mit 'nem Polohemd aufgewachsen sein“

Soziale Herkunft im Journalismus –
Handlungsoptionen für neue Zugänge zum Journalismus

Ein Report von Björn Staschen

Vorwort

Linda Zervakis



Journalistin und Moderatorin

Was hat meine Herkunft mit meiner Arbeit als Journalistin zu tun? Sehr viel, würde ich heute rückblickend sagen. Denn meine Eltern hätte ich mit einer klassischen Banklehre oder mit einem Jurastudium sehr glücklich gemacht: gesellschaftliche Anerkennung, ein gewisses Ansehen in der Familie, ein „Aus ihr ist was geworden“-Status.

Leider wusste ich am Abend meines Abiballs selbst noch nicht, was aus mir eigentlich werden sollte. „Irgendwas mit Medien“ hatte sich in meinem Kopf festgesetzt, konkreter war es nicht. Nur eins war klar: Weder eine Banklehre noch ein Jurastudium würden mich glücklich machen.

Der Besuch im Berufsinformationszentrum war nicht besonders hilfreich. Ich habe dort die Empfehlung bekommen, Optikerin zu werden. Dann sagte die Beraterin noch, dass ich den Einstieg in den Journalismus, beispielsweise beim NDR, nur durch ein Volontariat würde schaffen können. Bedingung dafür wäre allerdings ein Studium. Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation hätten mich interessiert. Und als Studienort: Berlin. Das ging schon mal nicht, weil meine Mutter in unserem Kiosk in Hamburg auf meine Unterstützung angewiesen war. Eine Alternative wäre Angewandte Kulturwissenschaft in Lüneburg gewesen. Dafür reichte mein Abiturdurchschnitt nicht. Die voraussichtliche Wartezeit auf einen Studienplatz: vier Jahre. Diese Zeit wollte ich besser nutzen.

Also, wie in die Medien kommen? Ich habe mich in Praktika gestürzt und konnte durch glückliche Umstände ein Volontariat bei einem privaten Radiosender absolvieren. Dort wurde ich für die Nachrichten eingesetzt. Darüber, ob mein Nachname die Hörerinnen und Hörer irritieren könnte, habe ich mir damals übrigens keinen einzigen Gedanken gemacht.

Meine mittlerweile alleinerziehende Mutter interessierte das alles nicht. Sie wusste nicht, was ein Volontariat war. Sie hielt den von mir eingeschla-

genen Weg für falsch. Sie machte sich Sorgen. Denn die Menschen, die sie im Fernsehen in den Nachrichten sah (Wolf von Lojewski damals im heute journal des ZDF), oder die, die für renommierte Zeitungen schrieben (am Kiosk hatten wir die SZ, die Welt und sonntags die FAS), konnten ihrer Meinung nach nur intelligente Menschen aus gutem Hause sein, die studiert hatten. „Da hast du keine Chance, Linda!“ Deswegen musste ich schmunzeln, als ich im vorliegenden Report den Titel las: „Dafür musst du mit ’nem Polohemd aufgewachsen sein“.

Meine Mutter und mein familiäres Umfeld hatten also schon von vornherein ausgeschlossen, dass jemand wie ich – „Gastarbeiterkind“ mit wenig finanziellem Spielraum, ohne Studium – eine Chance hatte, im Journalismus Fuß zu fassen. Ich selbst wollte da keinen Zusammenhang sehen. Dass Ärzt:innen studieren müssen, klar. Aber braucht es für diesen Beruf nicht eher Begabung und Leidenschaft? Und warum sollten Herkunft und finanzielle Unabhängigkeit dafür so eine große Rolle spielen?

Heute sind die Themen, die der Journalismus einordnen muss, unterschiedlicher denn je. Wäre dann ein vielfältigerer Zugang nicht folgerichtiger? Warum sind die Content Creators auf Instagram und YouTube so viel diverser als die meisten Redaktionen? Je zahlreicher unterschiedliche Menschen am Tisch sitzen, umso offener ist der Blick auf das, was in unserem Land passiert. Das würde ich jetzt, nach vielen Erfahrungen, sagen, aber – ich habe ja nicht studiert.

Aufgrund meiner eigenen Erfahrungen bin ich überzeugt: Je mehr unterschiedliche Perspektiven und Lebensrealitäten in den Redaktionen vertreten sind, desto offener ist der Blick auf aktuelle Themen. Desto mehr fühlen sich unterschiedliche Bevölkerungsgruppen gehört und gesehen. Desto besser ist die Gesellschaft als Ganzes repräsentiert.

Also, liebe deutsche Medienmacher:innen, traut euch. Vielfalt ist ein Geschenk.

Vorwort

Maria Exner



Gründungsintendantin von Publix

Liebe Leserin, lieber Leser,

Sie halten mit dem Report „Soziale Herkunft im Journalismus“ die erste Publikation von Publix in den Händen. Das freut mich sehr. Als Gründungsintendantin bereite ich mit einem engagierten Team die Eröffnung unseres „Hauses für Journalismus und Öffentlichkeit“ in Berlin-Neukölln im kommenden Sommer 2024 vor.

Publix soll ein Ort werden, an dem Journalismus gemacht und Journalismus neu gedacht wird. Außerdem dreht sich unser Haus um die Rahmenbedingungen, die gute Informationen heute brauchen, um überhaupt noch durchzudringen – also um Presse- und Meinungsfreiheit, um Informationsrechte, um Nachrichtenkompetenz, um Algorithmen und Debatten, um gemeinwohl- und dialogorientierte journalistische Arbeit.

Zu diesen Rahmenbedingungen gehört auch die Frage nach der vielfältigen Zusammensetzung von Redaktionen und dem Zugang zu einem Beruf, der für sich in Anspruch nimmt, für unsere ganze Gesellschaft das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen.

Der vorliegende Report schafft hier noch einmal Klarheit: Wer Journalist:in wird und damit selbst Themen setzen kann, hängt in Deutschland im Wesentlichen von den finanziellen Verhältnissen im Elternhaus ab. Davon, ob die Eltern oder das nahe Umfeld Nachrichten und Bücher lesen. Und davon, ob Menschen aus wirtschaftlich schwächeren oder wenig "bildungsbürgerlichen" Familien in einer Redaktion Verbündete und Mentor:innen finden – oder am mangelnden Interesse und fehlender Wertschätzung für ihre Perspektive und Mitarbeit verzweifeln.

Ich habe in den vergangenen Jahren mehreren Chefredaktionen der ZEIT angehört und weiß, wie schwer es ist, diese Umstände zu verändern – selbst für Führungskräfte, die unbedingt mehr Vielfalt in ihren Redaktionen wollen. Für alle, die ähnliche Erfahrungen gemacht haben, ist dieser Report.

Der Autor Björn Staschen zeigt, wo die Probleme liegen, und hat konkrete Ideen, wie es besser gehen könnte. Zu seinem "Netzwerk für mehr Vielfalt im Journalismus" gehören unter anderem die Bildungsprojekte "Journalismus macht Schule" und "Lie Detectors" oder das Jugendlradio "Salon 5". Sie alle ziehen im kommenden Jahr in unser Haus. Kommen Sie uns doch einmal dort besuchen. Ich würde mich freuen.

Herzlich
Maria Exner

Vorwort

Lukas Harlan



Programmleitung Medien & Gesellschaft, Schöpflin Stiftung

Wir von der Schöpflin Stiftung sind der Überzeugung, dass Demokratie die freie Entwicklung und Potenzialentfaltung aller Menschen am umfassendsten ermöglicht. Wenn jedoch die Informationsvielfalt in den Medien abnimmt und nicht alle Menschen in der Berichterstattung repräsentiert sind, kann die Demokratie als Gesellschaftsform schnell unter Druck geraten. Das, was wir wissen, sehen und verstehen – oder eben nicht, hat großen Einfluss auf jede einzelne unserer Entscheidungen, auch auf jene, die wir als Wähler:innen treffen.

Doch bilden unsere journalistischen Informationsangebote die Mehrheit der Lebenswirklichkeiten und Hintergründe in unserer Gesellschaft ab? Sprechen sie wirklich alle Menschen an? Findet sich die Mehrheit darin wieder? Die Antworten darauf halten wir für zentral, um sicherzustellen, dass der Journalismus heute und in Zukunft auch wirklich gut für die Demokratie ist.

Deshalb liegt auch die Annahme nahe, dass eine vielfältige Zusammensetzung von Redaktionen eine wichtige Grundlage für glaubwürdigen Journalismus in einer von Vielfalt geprägten Gesellschaft ist. Nur – wie ist es wirklich? Und wie sehen die Zugänge zu diesem, für eine funktionierende Demokratie wichtigen Beruf aus?

Für den vorliegenden Report hat der Journalist und Medienwissenschaftler Björn Staschen nach Antworten auf diese Fragen gesucht. Er wollte herausfinden, welche Erfahrungen Menschen, die aus wirtschaftlich weniger gut gestellten Familien kommen, die mit einer Behinderung leben oder andere Hürden erlebt haben, auf ihrem Weg in den Journalismus gemacht haben und welche Handlungsoptionen sich daraus ableiten.

Die Ergebnisse sprechen für sich: Es gibt viel zu tun! Nicht nur in Bezug auf Ausbildungswege und Finanzierungsfragen, sondern auch, was die inneren Haltungen betrifft, damit eine Kultur der Vielfalt in Redaktionen tatsächlich möglich wird.

Wir laden Sie ein, den Report „Dafür musst du mit 'nem Polohemd aufgewachsen sein“ – Soziale Herkunft im Journalismus“ als Grundlage zu nehmen, um miteinander ins Gespräch zu kommen und um gemeinsam zu handeln – für einen guten Journalismus und für eine gelingende Demokratie!

Zusammenfassung

Das Verhältnis zwischen Medien und Gesellschaft in Deutschland ist angespannt: Auf der einen Seite rufen Demonstrierende „Lügenpresse“, angebliche „Fake News“ und Fehler in der Berichterstattung erlangen auf Social-Media-Plattformen virale Resonanz. Politiker:innen selbst gemäßigter Parteien klagen über vermeintlich einseitige Berichterstattung. Und Studien belegen: Das Vertrauen in unsere Medien sinkt.¹

Die Befunde sind deswegen so problematisch, weil auf der anderen Seite niemand die Bedeutung der Medien für das Gelingen unserer demokratischen Prozesse bezweifeln dürfte: Ohne unabhängige und vielfältige Berichterstattung gerät die für unsere Demokratie wichtige Meinungsbildung in Gefahr.

Warum sagen immer mehr Menschen, sie fänden sich in den Berichten der Medien nicht wieder? Was lässt sich gegen diese Vertrauenskrise tun? Die Antworten liegen an vielen Stellen unseres Gesellschaftssystems, sicher aber auch bei den Medien selbst: Eine größere Diversität in den Redaktionen sehen viele als zentral dafür, Vertrauen in den Journalismus zurückzugewinnen.

Trotzdem berichten viele Redaktionsleiter:innen vom Blick „in all die weißen Gesichter, die unsere Gesellschaft nicht repräsentieren“ in ihren Morgenkonferenzen (Borchardt et al., 2019). Und Berufseinsteiger:innen erzählen, wie schwer sich manche von ihnen trotz aller Anstrengungen getan haben, Journalist:in zu werden. Wie passt das zusammen? Und wie lässt sich Diversität in Redaktionen erhöhen? Dazu will diese Studie einen konstruktiven Beitrag leisten.

¹Der grundsätzliche Trend wird in vielen Studien bestätigt, beispielsweise in der Langzeitstudie „Medienvertrauen“ der Universität Mainz (https://medienvertrauen.uni-mainz.de/files/2023/04/MP_8_2023_Mainzer-Langzeitstudie-Medienvertrauen.pdf). Das Vertrauen unterscheidet sich nach Mediengattung und Befragten: Beispielsweise ist das Vertrauen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk von allen Mediengattungen noch am höchsten, aber dennoch auf einem historischen Tiefststand. Unterschiede im Vertrauen gibt es beispielsweise zwischen Menschen in Ost- und Westdeutschland oder je nach Haushaltseinkommen.

Der Hintergrund

Warum mehr Diversität? (S. 22)

Berichtet eine vielfältige Redaktion automatisch auch vielfältiger? Welche Bedeutung hat die Zusammensetzung einer Redaktion für ihre Berichterstattung? In der Debatte um Diversität im Journalismus gibt es mehrere, aufeinander aufbauende Gründe dafür, eine diversere Zusammensetzung von Redaktionen zu fordern:

- Repräsentation von unterschiedlichen Menschen im Journalismus ist ein Gut an sich: Der freie Zugang zum Journalismus gründet sich auf der grundgesetzlich garantierten Meinungsfreiheit. Die (deskriptive) Repräsentanz unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen bewirkt aber nicht automatisch auch eine veränderte Berichterstattung.
- Eine größere Vielfalt in der Berichterstattung sehen viele als Schlüssel dazu, sinkenden Auflagenzahlen und TV-Quoten sowie dem Vertrauensverlust in die Medien zu begegnen. Denn wer sich in den Berichten unserer Medien nicht wiederfindet, nutzt sie nicht oder/und misstraut ihnen. Wenn Redaktionen diverser besetzt sind, könnte sich dies auch auf die Berichterstattung auswirken (substanzielle Repräsentanz).
- Höhere Reichweiten und Einnahmen könnten sich daraus ergeben, dass eine diverse Redaktion über diverse Berichterstattung breitere Zielgruppen erreicht. Am Ende lässt sich also das wirtschaftliche Überleben eines Mediums (auch) mit Fragen der Diversität verbinden.

Welche Diversität? (S. 21)

Diese Studie bezieht sich vor allem auf das Diversitätsverständnis der Charta der Vielfalt, das seit 2021 insgesamt sieben teilweise interdependente Diversitätsdimensionen beschreibt:

- Alter
- ethnische Herkunft
- Geschlecht und geschlechtliche Identität
- körperliche und geistige Fähigkeiten
- Religion und Weltanschauung
- sexuelle Orientierung
- soziale Herkunft.

Literaturrecherche: Der Status quo

Wer arbeitet heute als Journalist:in? Welche Menschen bilden unsere Redaktionen? Wie steht es also um die Diversität im Journalismus heute? Die Datengrundlage in diesem Forschungsfeld ist teilweise veraltet, teilweise nicht vorhanden. Grobe Ableitungen sind jedoch zulässig:

- Das durchschnittliche Alter (S. 27) der Journalist:innen verändert sich: Nach der Alterung in den vergangenen Jahren zeichnet sich durch den Abschied der Boomer-Jahrgänge eine Verjüngung ab. Allerdings sind junge Kolleg:innen in der Führung journalistischer Unternehmen vielfach unterrepräsentiert.
- Ethnische Herkunft und Nationalität (S. 28): Menschen mit Migrationshintergrund sind in deutschen Redaktionen (und umso mehr auf der Führungsebene) unterrepräsentiert. Studien ermitteln niedrige einstellige Prozentanteile gegenüber einem Bevölkerungsanteil von fast 30 Prozent.

- Beim Geschlecht (S. 29) zeigt sich mittlerweile ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Männern und Frauen im Journalismus, allerdings eine Unterrepräsentanz von Frauen auf der Führungsebene. Tendenziell ist jedoch auch hier eine positive Veränderung sichtbar.
- Menschen mit eingeschränkten körperlichen oder geistigen Fähigkeiten (S. 30) sind im Journalismus katastrophal unterrepräsentiert, zudem fehlen belastbare Zahlen.
- Religion und Weltanschauung (S. 31) in deutschen Redaktionen sind kaum erfasst. Die Tätigkeit muslimischer Journalist:innen wird eher mit Blick auf ihre Herkunft thematisiert.
- Die sexuelle Orientierung von Journalist:innen (S. 31) wird in der Forschung ebenso kaum erfasst, obwohl teilweise berichtet wird, dass immer mehr Journalist:innen sich offen als LSBTIQ identifizieren.
- Die soziale Herkunft von Journalist:innen (S. 32) lässt sich mit Blick auf Familie und elterliche Berufe auf der einen Seite sowie mit Blick auf individuelle Bildungswege auf der anderen Seite erfassen. Deutlich wird, dass die Perspektive der „Arbeiterklasse“ in deutschen Redaktionen deutlich unterrepräsentiert ist – die Eltern von Journalist:innen sind häufig Ärzt:innen, Lehrer:innen oder Ingenieur:innen. Ebenso finden Menschen, die entweder selbst oder deren Eltern über keinen Studienabschluss verfügen, deutlich seltener in den Berufen: Mindestens vier von fünf Journalist:innen haben studiert.

Literaturrecherche: Die Ursachen

Warum sind unsere Redaktionen also – in unterschiedlichen Diversitätsdimensionen in unterschiedlichem Maße – wenig divers? Viele Studien konzentrieren sich auf einzelne Diversitätsdimensionen und Perspektiven, wenn sie die Ursachen der beschriebenen Unterrepräsentanz bestimmter Gruppen untersuchen. Unter anderem sehen sie folgende Gründe:

→ Berufsbild (S. 39)

- Die Empfehlungen der Berufsverbände sowie die Prägung des Berufs erschweren Nichtakademiker:innen den Zugang.
- Die Vertrauenskrise des Journalismus verringert auch die Anziehungskraft auf potenzielle Berufseinsteiger:innen. Oft fehlen geeignete Vorbilder.

→ Bewerbung und Auswahl (S. 40)

- Die Recruitment- und Auswahlprozesse in Bewerbungsverfahren haben Medienhäuser bisher kaum an das Ziel angepasst, Diversität zu erhöhen.
- Teilweise erschweren formale Zugangsvoraussetzungen für Ausbildungen und Journalistenschulen eine höhere Diversität, oft fallen Bewerber:innen durch informelle Vorgaben durchs Raster.
- Bei der Auswahl von Bewerber:innen oder dem Zugang zu Redaktionen sind oft Qualitäten aus dem bürgerlichen Herkunftsmilieu, dem Redaktionsleiter:innen entstammen, gefragt.
- Der Auswahlfokus auf Menschen mit akademischem Abschluss determiniert auch die Herkunft aus bestimmten, an Universitäten überrepräsentierten Schichten.
- Die Forderung nach ausgeprägten sprachlichen Fähigkeiten schließt bestimmte Gruppen aus, während Vorteile einer muttersprachlich nicht deutschen Herkunft kaum wertgeschätzt werden.

→ Kosten der Ausbildung (S. 43)

- Der Einstieg in den Journalismus über un- oder schlecht bezahlte Praktika benachteiligt Bewerber:innen aus einkommensschwächeren Familien.

→ Redaktionskultur (S. 46)

- In der Redaktionskultur erschweren „journalistische Wissensarroganz“ auf der einen und die Sorge, „nicht hineinzupassen“ auf der anderen Seite den Berufserfolg von Kolleg:innen diverser Herkunft.

→ Weitere Gründe (S. 48)

- Journalistische Ausbildungs- und Berufsangebote konzentrieren sich vorwiegend auf Städte, was die Personalakquise regionaler Medien deutlich erschwert.
- Fehlende Barrierefreiheit erschwert den Zugang für Menschen mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen.

Die Befragung (S. 53)

Wie lässt sich Diversität also erhöhen? Auf Basis der Erkenntnisse bisheriger Untersuchungen verfolgt diese Befragung das Ziel, Handlungsoptionen zu ermitteln, die die Diversität in Redaktionen erhöhen können. Weil für die Befragung nur begrenzte Mittel und Zeit zur Verfügung standen, konzentriert sie sich auf die Diversitätsdimension „Soziale Herkunft“: Sie ist besonders wenig erforscht und weist großen Veränderungsbedarf auf.

In Gesprächen mit 18 Journalist:innen, die entweder nicht studiert haben oder aus Haushalten mit niedrigem Einkommen stammen, werden Wege in den Journalismus nachgezeichnet und entlang dieses Weges Handlungsfelder abgeleitet, die einen Einstieg vereinfachen würden. Die Stichprobe ist mit Blick auf Alter, Geschlecht, geistige und körperliche Fähigkeiten, Mediengattungen und Phase des Berufsweges heterogen – mehrere Befragte stammen nicht nur aus Familien mit geringerem Einkommen oder haben nicht studiert und leben mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen oder Migrationshintergrund.

Die Ergebnisse (S. 55)

Welchen Berufsweg sind die befragten Kolleg:innen gegangen? Die grafische Darstellung (Folgeseite) zeigt deutlich, wie viele unterschiedliche Stationen einen Einstieg befördern oder eben auch erschweren: Netzwerke helfen beispielsweise, während die Sorge um die Finanzierung von Praktika und Ausbildung einen immensen Druck für Berufseinsteiger:innen darstellt.

Die Befragung ergibt, dass die meisten Befragten eher nicht den „klassischen Weg“ in den Journalismus über überregionale Volontariate, Journalistenschulen oder Journalismusstudiengänge gegangen sind, sondern entweder bei regionalen Medien ausgebildet wurden oder direkt in die praktische Arbeit eingestiegen sind (vgl. Grafik: Laufbahnkurven). Entlang der unterschiedlichen Wege in den Beruf lassen sich

Aussagen clustern, die wegen ihrer Häufigkeit einen Rückschluss auf Tendenzen erlauben.

Im Folgenden sind wiederkehrende Aussagen aus den leitfadengestützten Gesprächen verallgemeinert und zum Teil abstrahiert wiedergegeben, die sich in der Studie als wörtliche Zitate wiederfinden. Einige Ergebnisse bestätigen Erkenntnisse aus früheren, im Literaturteil aufgeführten Studien.

Vor dem Berufseinstieg

- Im Elternhaus und Freundeskreis wird Zeitung gelesen oder Fernsehen geschaut. Im Umkehrschluss bedeutet dies: Zumindest für diese Studie wurden kaum Befragte gefunden, die keinen Kontakt zu klassischen Medien hatten.
- Schule und Berufsberatung suggerieren, dass die Berufswahl „Journalismus“ für Menschen aus diverser sozialer Herkunft unerreichbar ist.
- Ohne Netzwerke und Freunde fehlt das Wissen darum, dass und wie der Berufseinstieg gelingen kann. Umgekehrt helfen Familie und Netzwerk, wenn sie Berührung zum Journalismus haben.

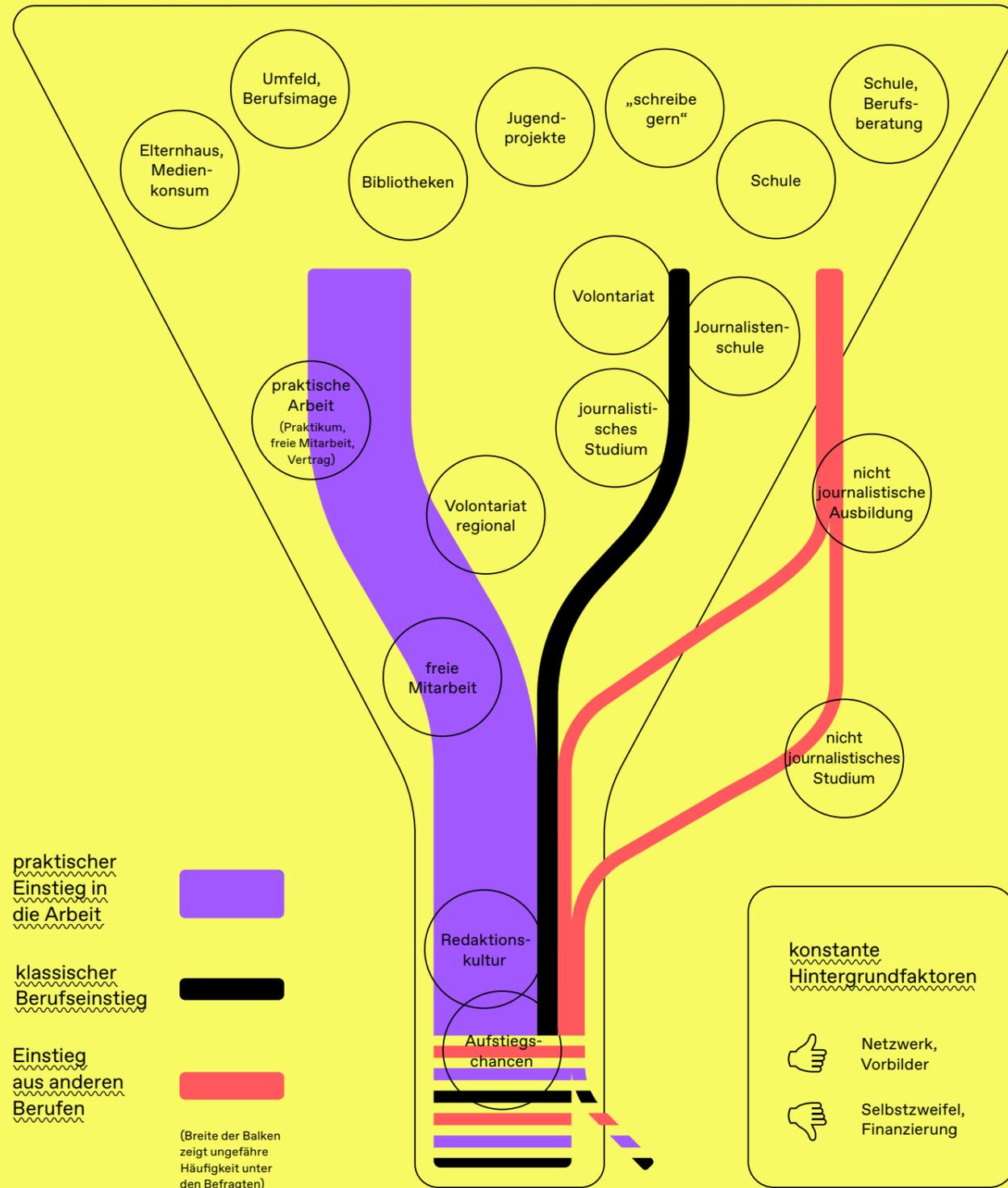
Berufsausbildung und Berufseinstieg

- Die grundlegende Wahrnehmung ist: Wer Journalist:in werden will, muss studiert haben. Die Ausbildung scheint so unerreichbar wie die zum Arzt oder Anwalt – ein „Eliteberuf“.
- Die obligatorischen (oft un- oder schlecht bezahlten) Praktika benachteiligen Interessent:innen aus einkommensschwachen Familien.
- Der wirtschaftliche Druck, eine Ausbildung nebenher noch durch freie Mitarbeit finanzieren zu müssen, führt zu massiver Überlastung und Schulden.
- Klassische Bewerbungsverfahren haben nur wenige Befragte erfolgreich absolviert.
- Der Einstieg erfolgt oft über Probearbeit oder freie Mitarbeit.
- Der Einstieg fällt in Phasen des Umbruchs leichter: Kolleg:innen aus Ostdeutschland berichten, dass sie in den Wendejahren Chancen bekommen haben, die vergleichbare Bewerber:innen heute nicht erhielten.

Habitus und Redaktionskultur

- Sowohl in der Ausbildung als auch im Anschluss ist die Redaktionskultur ein massives Hindernis bei der Integration von Journalist:innen mit diverser Herkunft.

Wege in den Journalismus



- Das Gefühl „nicht dazugehören“, – teils aus einer Selbstsicht, teils aus Ablehnung der Redaktionsmitglieder oder schlechter(er) Bezahlung im Vergleich zu Kolleg:innen abgeleitet – führt zu hoher psychischer Belastung und zu Selbstzweifeln.

Handlungsoptionen (S. 61)

Die Studie zeigt: Diversität lässt sich nicht mit isolierten Eingriffen auf einzelnen Handlungsfeldern erhöhen. Nur ein ganzheitlicher Ansatz, der den gesamten Einstieg in den Beruf in den Blick nimmt, kann Erfolge zeigen. Im Einzelnen geht es um Handlungsoptionen auf folgenden Feldern:

Vor dem Berufseinstieg

- Neben Berührungspunkten mit Medien im Elternhaus geht es vor allem um Medienkompetenz in Schulen und noch viel mehr um Jugendmedienarbeit.
- Wichtig ist zudem die Frage der „Scharniere“: Wie gelingt es, Menschen, die in solchen Medienkompetenzprojekten erste Berührung zum Journalismus haben, für weitere Schritte zu gewinnen?

Berufsausbildung und Berufseinstieg

- Der eher „zufällige“ Einstieg in den Journalismus, das „Reinrutschen“ in den Beruf, ist offensichtlich ein Weg, der Menschen aus diverser sozialer Herkunft eher gelingt.
- Gleiches gilt für den Quereinstieg.
- Offenbar eignen sich regionale Medien besser als überregionale Leitmedien.
- Der praktische Einstieg sollte begleitet werden durch frühe Aus- und Fortbildung: Was trennt Kommentar und Bericht, was ist eine Reportage, was ist das Recht am eigenen Bild?
- Den entscheidenden Unterschied machen längerfristige Arbeitsverträge, Stipendien oder andere Formen einer regulären, verlässlichen Absicherung.
- Netzwerke geben Orientierung und fördern Austausch.

Habitus und Redaktionskultur

- Programme können noch so gut sein – wenn sich Redaktionen nicht aktiv um Wertschätzung, „Willkommenheißen“ und Betreuung kümmern, steigt die Belastung für die Kandidat:innen massiv – so sehr, dass ein Burn-out oder der Ausstieg aus dem Beruf drohen.
- Redaktionen werden die Diversität nur dann erhöhen, wenn sie Kultur aktiv und bewusst verändern und im Ansatz eine Beschäftigung mit der eigenen Sozialisierung, den eigenen Privilegien jeder/jedes einzelnen Journalist:in initiieren.

Daneben gibt es zwei strukturelle Handlungsfelder, die das Thema befördern:

- Um mehr Menschen ohne Studium den Zugang zum Journalismus zu ermöglichen, empfehlen wir Berufsverbänden und -beratungen, ihre Berufsbilder anzupassen und auch einen Zugang ohne Studium zu beschreiben.
- „Nur wer gezählt wird, zählt“ – Diversität sollte in einem „Diversitätsmonitor“ gemessen werden, um Entwicklungen und Veränderungen aufzuzeigen.

Aufgrund der vielschichtigen Handlungsfelder empfiehlt es sich, dass Akteure gemeinsam agieren. Fortschritte sind nur in intensiver Zusammenarbeit zu erzielen: Insofern schlägt die Studie ein „Netzwerk der Willigen“ vor – einen Zusammenschluss unterschiedlicher Akteure, um den Zugang von Menschen aus diverser sozialer Herkunft zum Journalismus substanziell zu erhöhen.

Inhalt

1 Einleitung und Überblick	19
2 Diversität in Redaktionen	21
2.1 Was ist überhaupt Diversität?	21
2.2 Warum mehr Diversität?	22
2.1.1 Grundrechte und Legitimität	23
2.1.2 Repräsentation	23
2.1.3 Wirtschaftliche Perspektive	24
3 Wer ist heute Journalist:in?	27
3.1 Alter	27
3.2 Ethnische Herkunft und Nationalität	28
3.3 Geschlecht	29
3.4 Körperliche und geistige Fähigkeiten	30
3.5 Religion und Weltanschauung	31
3.6 Sexuelle Orientierung	31
3.7 Soziale Herkunft	32
3.7.1 Familie und Beruf	33
3.7.2 Bildung	34
3.8 Zusammenfassung: Dimensionen von Diversität im Journalismus	35
4 Exkurs: Fehlende Statistik	37
5 Gründe für fehlende Diversität in Redaktionen	39
5.1 Berufsstand und Berufsbild	39
5.2 Bewerbungs- und Auswahlprozess	40
5.2.1 Recruitment	40
5.2.2 Zugangsvoraussetzungen	41
5.2.3 Herkunft, Familie und Vorurteile	43
5.2.4 Akademisierung	44
5.2.5 Sonderthema Sprache	45
5.3 Redaktionskultur	46
5.4 Image	48
5.5 Fehlende Vorbilder	48

5.6 Wirtschaftliche Gründe	49
5.7 Stadt versus Land	50
5.8 Barrierefreiheit	50
6 Konzentration auf die soziale Herkunft: Diskussion und Zwischenfazit	51
7 Untersuchungsanlage	53
7.1 Stichprobe	53
7.2 Durchführung und Auswertung der Gespräche	53
8 Ergebnisse	55
8.1 Elternhaus, Umfeld: „Meine Eltern waren fleißige Zeitungsleser“	55
8.2 Berufswahl Journalismus: „Dafür musst du mit 'nem Polo hemd aufgewachsen sein“	57
8.3 Netzwerke	57
8.4 Studium erforderlich? „Das war so was wie Arzt oder Anwalt“	57
8.5 Finanzierung	58
8.6 Belastung	59
8.7 Bewerbungsverfahren	59
8.8 Einstieg in den Beruf	59
8.9 Journalismus erlernen	60
8.10 Habitus und Zweifel	60
9 Handlungsfelder	61
9.1 Elternhaus, Schule, Wissen um den Beruf	61
9.2 Praktischer Einstieg in die Arbeit	61
9.3 Redaktionskultur	61
9.4 Finanzierung	62
9.5 Netzwerke, Vorbilder	62
9.6 Strukturelle, gesellschaftliche Ebene	62
10 Fazit und ein praktischer Vorschlag	63
10.1 Stipendiennetzwerk soziale Herkunft	63
Anhang A Literaturverzeichnis	65
Anhang B Leitfaden für Gespräche	69
Der Autor	71

1 Einleitung und Überblick

„Manche Medienbetriebe und Redaktionen scheinen noch anzunehmen, ihr Publikum wäre im Grunde dasselbe wie vor fünfzig Jahren, auffallend homogen“, schreiben die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2021) in ihrem Online-Diversity-Guide. Borchardt et al. (2019) berichten nach einer nicht repräsentativen Befragung von Chefredakteur:innen und Ausbilder:innen von Journalist:innen, die „in der Morgenkonferenz in all diese weißen Gesichter schauen, die die Gesellschaft nicht repräsentieren“. Sie schlussfolgern, dass mehr Diversität nötig ist, um das Vertrauen ihrer Publikationen wiederzuerlangen oder überhaupt zu erlangen (Borchardt et al., 2019, S. 10).

Diese beiden Schilderungen sind zwei Indizien für eine viel diskutierte These: Medien in Deutschland – Redaktionen, Unternehmen, dem System Journalismus – fehlt Diversität; die Zusammensetzung der Bevölkerung findet keine ausreichende Repräsentation in der Zusammensetzung der Redaktionen. In der Folge, so die These, kommen Themen und Perspektiven in der Berichterstattung zu kurz – wiederum eine mögliche Ursache dafür, dass Medien in Deutschland heute auch nur noch Teile der Bevölkerung erreichen.

Aber wie steht es wirklich um die Diversität in deutschen Redaktionen im Jahr 2023? Geht es vor allem um zu viele „weiße Gesichter“, wie das Zitat aus der Studie von Borchardt et al. nahelegt? Was ist überhaupt gemeint, wenn von „Diversität“ die Rede ist, und wie lässt sich dieses Konzept auf Redaktionen übertragen? Was sind die Gründe für mangelnde Diversität, und wie lassen sich daraus Ansätze für Veränderung ableiten? Und garantiert eine veränderte Zusammensetzung von Redaktionen überhaupt eine Veränderung in der Berichterstattung, um die es ja letztendlich gehen sollte?

Im ersten Teil dieses Berichts gibt der Autor einen Überblick über die Forschung zu Diversität in deutschen Redaktionen. Er vergleicht unterschiedliche Perspektiven und Diversitätsdimensionen hinsichtlich der Frage, an welchen Stellen Veränderung ansetzen könnte und sollte.

Im zweiten Teil konzentriert sich der Autor – abgeleitet aus den zusammengefassten Erkenntnissen – auf die Dimension der „sozialen Herkunft“. Er stellt Ergebnisse einer Befragung von Journalist:innen vor und leitet daraus Handlungsoptionen ab, die sich dazu eignen könnten, die Diversität in deutschen Redaktionen in Bezug auf die soziale Herkunft von Journalist:innen zu erhöhen.

2 Diversität in Redaktionen

2.1 Was ist überhaupt Diversität?

Das Wort hat in viele gesellschaftliche Debatten Einzug gehalten – doch verstehen wir alle dasselbe darunter? Verstehen wir das Wort „Diversität“ überhaupt? Auch in Redaktionen wird über Diversität diskutiert, aber meinen wir dieselbe Diversität? Auch Horz et al. (2020, S. 30), die eine Befragung der Neuen deutschen Medienmacher:innen zu Diversität in Redaktionen wissenschaftlich begleitet haben, halten das unterschiedlichen Studien zugrunde liegende Diversitätskonzept für „nicht unumstritten“: Es handele sich um einen mehrdeutigen Begriff in Debatten um Pluralität.

„Diversität“ ist wie ein Pudding an der Wand – klar und universell eingrenzen lässt sie sich nicht. Das birgt – neben der Gefahr, aneinander vorbeizureden – auch die Chance, jeweils das Konzept von Diversität heranzuziehen, das für den jeweiligen Zweck sinnvoll erscheint. Um „welche“ Diversität sollte es also gehen, wenn wir über die Redaktionen deutschsprachiger Medien sprechen?

Für eine Annäherung an den Begriff „Diversität“ gibt es verschiedene Konzepte. Das bundesdeutsche Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) beispielsweise führt die Dimensionen

- Rasse
- ethnische Herkunft
- Geschlecht
- Religion oder Weltanschauung
- Behinderung
- Alter
- sexuelle Identität

auf.² In diesen Dimensionen sollen, so die Vorgabe des Gesetzes, Menschen in allen Bereichen der Gesellschaft „gleich“ behandelt werden – also eben auch im Journalismus.

Der Verein Charta der Vielfalt hat eine ähnliche Zusammenstellung von Dimensionen erarbeitet. Mit fast 5000 Unterzeichnern bildet der Zusammenschluss eine breite Strömung in deutschen Unternehmen, Institutionen und Behörden ab und führt somit ein verhältnismäßig konsensfähiges Modell der Diversitätsdimensionen auf: Neben

- Alter
- ethnischer Herkunft und Nationalität
- Geschlecht und geschlechtlicher Identität
- körperlichen und geistigen Fähigkeiten
- Religion und Weltanschauung sowie
- sexueller Orientierung

findet sich dort seit 2021 eine weitere, siebte Dimension, die im AGG nicht erwähnt ist: die Dimension

- soziale Herkunft.

Aber was ist das? Das Center for Intersectional Justice und die Charta der Vielfalt (2021) definieren „soziale Herkunft“ als eine komplexe, mehrere Bereiche überspannende Dimension, die durch die sozioökonomische Stellung einer Herkunftsfamilie bestimmt wird. Der Begriff „soziale Herkunft“ beinhaltet mehrere, sich überschneidende Ebenen und sollte immer in Verbindung mit anderen sozialen und politischen Kategorien verstanden werden: „Die soziale Herkunft setzt sich zusammen aus familiärem Hinter-

² Zitiert nach: https://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/AGG/agg_gleichbehandlungsgesetz.pdf?__blob=publicationFile

grund, Jugendsozialisation, Bildung und ethnischer Herkunft“, so die Autor:innen.

Im Bereich der Redaktionsforschung bezieht sich Horz (2020, S. 30) ebenso auf die „eher unveränderlichen“ Dimensionen „Big 6“ bzw. „Big 8“: Herkunft, ethnische Identität, Geschlecht, Alter, sexuelle Orientierung, Kompetenz bzw. Behinderung, Religion. Er ergänzt jedoch zwei weitere, nicht grundsätzlich in der oben genannten Diversitätsdefinition enthaltene, variable Dimensionen: den sozialen Status (class) sowie die Kultur. Während die Reduktion auf „class“ aus Sicht der Charta der Vielfalt zu kurz greift, um die soziale Herkunft zu beschreiben, zeigt diese Erweiterung doch, wie wichtig die Perspektive der sozialen Herkunft zur Betrachtung der Diversität in Redaktionen ist – denn Diversität hat eine inhaltliche Konsequenz für die Arbeit einer Redaktion.

Viele Quellen belegen, dass die Betrachtung von Diversität im Journalismus besondere Relevanz erlangt, weil es in dem Berufsfeld eben um den Zugang zu Quellen, zu kulturellen Umfeldern und gesellschaftlichen Gruppen geht. Der „reguläre weiße Journalist mit akademischem Abschluss“ würde manche Zugänge nicht mit derselben Geschwindigkeit finden (Borchardt et al., 2019, S. 36) wie ein:e Kolleg:in mit unterschiedlicher sozialer Herkunft. Anne Lagercrantz, Nachrichtenchefin bei SVT Nyheter, schaut daher bereits bei der Stellenbesetzung (nach Aussagen in der Befragung von Borchardt et al., 2019) auf die „Netzwerke“ von Bewerber:innen für journalistische Stellen.

Auffällig ist, dass die Forschung zu Diversität in Redaktionen sich bis in die 2010er-Jahre hinein vor allem auf den migrantischen Hintergrund von Journalist:innen bezogen hat. Zum Teil haben diese Studien am Rande auch die Dimension der Religion/Weltanschauung mit abgebildet, insbesondere allerdings unter Bezugnahme auf die muslimische bzw. christliche Religion von Journalist:innen. Erst jüngere Studien rücken dagegen auch das Geschlecht und die geschlechtliche Identität sowie die soziale Herkunft ins Zentrum. Aus Sicht der Autor:innen geht es ebenfalls darum, durch gesellschaftliche Repräsentanz Berichterstattung diverser zu gestalten und dadurch möglichst breite Bevölkerungsschichten zu erreichen.³ Nur wenig Forschung gibt es nach wie vor zur Frage, wie unterschiedliche körperliche und geistige Kompetenzen im Journalismus Niederschlag finden. Auch die sexuelle Orientierung wird in der Kommunikatorforschung kaum erfasst, obwohl die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2021) konstatieren, dass immer mehr Journalist:innen sich offen als LGBTIQ+ identifizierten.

2.2 Warum mehr Diversität?

Die Debatte um Diversität in Redaktionen ist kein Selbstzweck. Die Beteiligten nennen zum Teil sehr unterschiedliche Motive und Gründe, warum möglichst umfassende Diversität im Journalismus ein erstrebenswertes Ziel sein sollte. Entsprechend wird Diversität in Redaktionen wissenschaftlich auf mehreren Ebenen diskutiert.

Borchardt et al. (2019, S. 21) machen vor allem drei Bereiche aus, nach denen sich Gründe für mehr Diversität in Redaktionen ordnen ließen:

- Erstens wird Diversität mit Blick auf eine moralische, individuelle Perspektive diskutiert.
- Zweitens geht es um die Frage, wie eine Gesellschaft im Journalismus und in den Handelnden repräsentiert ist.
- Drittens gehe es um wirtschaftliche Aspekte von Diversität, die aus meiner Sicht auch grundsätzlich mit der Legitimation von Journalismus verbunden sind.

Horz (2020, S. 32) führt ebenfalls mehrere Bereiche an, aus denen er Argumente für Diversität in den Medien ableitet. Diese korrespondieren zum Teil mit den von Borchardt genannten. Schlussendlich steht hinter diesen unterschiedlichen Feldern auch die Erkenntnis, dass es nicht allein um grundsätzliche Ziele bezüglich auf in Menschenrechten und grundgesetzlich garantierten Rechten geht, sondern um eine erhoffte veränderte Berichterstattung und eine sich daraus ergebende neue, verbesserte Legitimation von Journalismus gegenüber einer Gesellschaft.

2.1.1 Grundrechte und Legitimität

Als „moralische“ Begründung für das Diversitätsziel im Journalismus führen Borchardt et al. (2019, S. 21) vor allem das Recht auf freie Berufswahl an, also die Chancengleichheit beim Zugang zum Beruf. Diese ist in Deutschland sogar grundgesetzlich garantiert: Jeder Mensch darf sich in Deutschland „Journalist:in“ nennen, und jeder und jede darf auch als Journalist:in arbeiten. Anders als beim Beruf des Bäckers oder des Bankkaufmanns ist die Berufsbezeichnung des Journalisten/der Journalistin hierzulande (wie auch in vielen anderen Ländern) rechtlich nicht geschützt.

Denn Artikel 5 des Grundgesetzes garantiert: „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten.“ Nicht nur erlaubt dies jedem und jeder, seine Meinung frei zu sagen. Die Garantie erstreckt sich bis hin zur Berufswahl, schließt also die Arbeit als Journalist:in mit ein. Donsbach (1999) verweist darauf, dass dieses Prinzip der Berufsfreiheit und des offenen Berufszugangs in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg 1945 auch aus der historischen Erfahrung besonders verankert wurde: Das nationalsozialistische Schriftleitergesetz von 1933 hatte die Zulassung zum Beruf des/der Redakteur:in an politische und rassische Merkmale geknüpft und war damit ein wesentliches Steuerungselement der NS-Presselenkung. In der Bundesrepublik schützt dagegen das Grundgesetz die Entscheidung jedes und jeder Einzelnen, den Journalistenberuf zu ergreifen. Zugespitzt: Wer will, der darf auch, rein rechtlich betrachtet. In der Praxis aber sind die Hürden dennoch hoch.

Zudem gibt es viele politische Vorgaben, um Diversität zu erhöhen, die sich auch auf die Medienbranche erstrecken. Der Nationale Integrationsplan der Bundesregierung forderte 2009: „Langfristiges Ziel der Personalpolitik in den Medien soll sein, sich einer adäquaten Zusammensetzung insbesondere des Redaktionspersonals anzunähern.“ Der Nationale Aktionsplan der Bundesregierung führte dies 2011 weiter: „Das Ziel der Verbesserung der ‚medialen Integration‘ umfasst (...) eine angemessene Beteiligung von Migrant:innen in den Medienberufen.“ Und 2012 erklärten die Bundesländer im Rahmen dieses Aktionsplanes: „Die Länder betrachten es als ihr gemeinsames Ziel, die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund verstärkt auch über die Medien und in den Medien zu fördern.“

Auch die Vereinten Nationen formulierten im Artikel 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte vom 10. Dezember 1948: „Jede Person hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen, sowie über Medien jeder Art und ungeachtet von Landesgrenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten“ – insbesondere Letzteres zielt auch auf den Zugang den Mitteln der Massenkommunikation.

Horz (2020) nennt in diesem Zusammenhang unter anderem den Medienpluralismus der Meinungen und Werte, der nur durch eine Vielfalt der Informationsquellen erreicht werde. Zudem nennt er das „Recht auf Kommunikation“ („Recht, verstanden zu werden“) mit dem Husband (2012) von der Mehrheitsgesellschaft ein grundsätzliches Verstehen-Wollen als Grundhaltung einfordert. Vogel (2020a, S. 3) spricht in diesem Zusammenhang von „Legitimität“, nach der die Vergabe von Positionen nach dem Prinzip der Gleichheit nur aufgrund gesellschaftlich oder institutionell anerkannter, individueller „Leistungen“ oder „besonderer Verdienste“ erfolgen darf – und nicht beispielsweise aufgrund von ethnischer, nationaler oder sozialer Herkunft.

2.1.2 Repräsentation

Die oben zitierten normativen Vorgaben gibt es aus guten Gründen: Für Andrzejewski (2021, S. 22) „rüttelt die Unterrepräsentation gesellschaftlicher Teilgruppen an der Funktionalität und damit Legitimation des Journalismus“. Mehr Diversität und eine bessere Repräsentation der Gesellschaft sind auch für Borchardt et al. (2019, S. 11) nicht nur eine Frage der Fairness und Gerechtigkeit, sondern auch eine Frage der, wie sie es schreiben, „Macht“, weil vor allem die Medien darüber entscheiden, wer in einer Gesellschaft gehört wird und damit politische und soziale Themen prägt. Unterschiedliche Gruppen bräuchten daher „Repräsentanz“ in den Medien, damit ihre Perspektiven in die Berichterstattung eingehen, so die häufig vertretene Meinung.

Auch Jandura et al. (2018, S. 118) geben einer „intakten Repräsentationsbeziehung“ für Demokratien eine hohe Bedeutung, weil sie „Prioritätensetzung, Kompromissfindung, Problemlösung und Mehrheitsbildung in politischen Institutionen ermöglicht“. Fühle sich dagegen ein nennenswerter

³ Auch wenn dieser Zusammenhang nicht in jedem Fall empirisch nachzuweisen ist – siehe Abschnitt „Repräsentanz“.

Teil der Bürger:innen mit den eigenen Themen und politischen Positionen in den etablierten Medien nicht vertreten, entstünden mediale Repräsentationslücken, die von anderen journalistischen oder nicht journalistischen Angeboten gefüllt würden. In einer Befragung von 1488 Deutschen zwischen 18 und 69 Jahren stellen Jandura et al. dann fest (2018, S. 121), dass sich das mediale Repräsentationsgefühl systematisch zwischen politiknahen und politikfernen Milieus unterscheidet: Die Gruppe der „Teilnahmslos-Distanzierten“ sieht nur rund ein Drittel ihrer politischen Meinungen und Positionen in den Medien vertreten, während es bei den „Kritisch-Engagierten“, „Engagiert-Konservativen“ und „Marktorientiert-Involvierten“ mehr als 70 Prozent sind. Dies deutet auf einen interessanten Aspekt im Zusammenspiel von Repräsentanz und Diversität hin: Offenbar fühlen sich gerade diejenigen Gruppen nicht von den Medien repräsentiert, die auch in der personellen Zusammensetzung der Redaktionen nicht repräsentiert sind.

Vogel (2020a, S. 3) unterscheidet in diesem Zusammenhang zwischen deskriptiver und substantieller Repräsentanz: Erstere bezieht sich auf „die Widerspiegelung der Sozialstruktur einer Gesellschaft und ihrer Teilbereiche in der personellen Zusammensetzung ihrer zentralen Repräsentationsinstitutionen“, beispielsweise den Medien. Substantiell ist die Repräsentation allerdings erst dann, wenn auch Entscheidungen oder Berichterstattung die Interessen und Perspektiven der Teilgruppen entsprechend aufnehmen.

Allerdings – und das ist eine entscheidende Erkenntnis für die Diskussion um Diversität in der Berichterstattung – ergibt sich aus deskriptiver nicht automatisch substantielle Repräsentanz: Der Zusammenhang zwischen der personellen Repräsentanz in den Redaktionen und vielfältiger Berichterstattung lässt sich nämlich nicht uneingeschränkt belegen. Edström (2017) verglich beispielsweise das Verhältnis zwischen Männern und Frauen in schwedischen Nachrichtenredaktionen mit dem Verhältnis männlicher und weiblicher Protagonisten in der Berichterstattung. 52 Prozent der Reporter:innen waren weiblich, aber in nur einem Drittel der Berichterstattung fänden sich weibliche Stimmen. Sie kommt zu dem Ergebnis: „Einfach die gleiche Anzahl von Männern und Frauen in den Redaktionen zu beschäftigen, wird leider nichts zur Verbesserung des Geschlechtergleichgewichts bei den Nachrichteninhalten beitragen“ (Edström, 2017, S. 73) – ein Beleg dafür, dass die

deskriptive Repräsentanz nicht auch automatisch substantiell die Berichterstattung verändert. Auch Borhardt et al. (2019) schlussfolgern, dass eine divers zusammengestellte Redaktion nicht automatisch diversere Inhalte herstellt oder die Gesellschaft besser repräsentiert. Entscheidend sei die Frage, ob auch „Arbeitsabläufe und Gewohnheiten“ in den Newsrooms verändert würden (Borhardt et al., 2019).

Insofern muss Diversität an mehreren Schnittstellen betrachtet werden: Was steht einer deskriptiven Repräsentanz im Weg, und was verhindert, dass aus deskriptiver schließlich substantielle Repräsentanz wird? Festzuhalten ist allerdings, dass schon die alleinige deskriptive Repräsentanz erstrebenswert ist, nicht zuletzt aufgrund normativer Vorgaben und den im nächsten Abschnitt genannten wirtschaftlichen und legitimatorischen Argumenten.

2.1.3 Wirtschaftliche Perspektive

Als wirtschaftliche Argumente für Vielfalt in Redaktionen führen Borhardt et al. (2019) das Unternehmensziel ins Feld, verschiedene Personengruppen anzusprechen, damit Medien ein möglichst breites Publikum erreichen. Angesichts der sinkenden Auflagen vieler Zeitungen und Zeitschriften sowie den Rückgang der Nutzung klassischer linearer Rundfunkmedien ist dies überlebenswichtig. Sie verweisen dabei auch auf Brinkmann (2013, S. 260), der den steigenden wirtschaftlichen Einfluss von Menschen mit Migrationshintergrund, beispielsweise als Kunden- oder Lesergruppen, herausstellt, dem sich Medien gerade im Zeitalter des Internets und der zunehmenden medialen Ausdifferenzierung nicht verschließen könnten.

Vogel (2020a, S. 4) ergänzt in einer Studie zur Repräsentanz Ostdeutscher in Elitepositionen zudem den Aspekt der Funktionalität einer Organisation, Probleme zu lösen, und fragt danach, „ob diese nicht unnötig eingeschränkt sind, wenn gruppenspezifische Erfahrungen wie die der Ostdeutschen und damit potenziell alternative Problemwahrnehmungen und Lösungswege nicht in Entscheidungsprozessen gehört und berücksichtigt werden“. Die Frage nach alternativen Problemwahrnehmungen und Lösungswegen lässt sich vom Gegenstand dieser Studie, der Repräsentanz Ostdeutscher – ohne Weiteres auf andere Gruppen und damit Diversitätsdimensionen übertragen.

Auch der Verein Charta der Vielfalt (2021) fügt ein Argument hinzu, das sich ebenso auf die Problemlösungsfähigkeiten eines Systems bezieht: Gemischte Teams seien „erfolgreicher und innovativer“ als solche, die aus Personen mit gleichen oder ähnlichen Hintergründen bestehen. Die in Zeiten des digitalen Wandels geradezu überlebenswichtige Anpassungs- und Innovationsfähigkeit von Unternehmungen lässt sich somit nach dieser Auffassung durch möglichst umfassende Diversität sichern – insbesondere, weil einige der Herausforderungen durch die vielfach diskutierte, zunehmende Segregation in Teilpublikationen auf unterschiedlichen Kanälen entstehen.

3 Wer ist heute Journalist:in?

Nach den vorausgegangenen Betrachtungen ist die Frage also hochrelevant, wer heute im Journalismus tätig ist, wie divers Redaktionen besetzt sind. Insofern überrascht die Erkenntnis, dass es universelle, verlässliche und über Zeiträume vergleichbare Antworten auf diese Frage gar nicht gibt. Neben Beschreibungen aus vorwiegend explorativen Studien sind allenfalls Momentaufnahmen und Perspektiven auf einzelne Teile des Berufsfeldes verfügbar. Sie können immerhin helfen, eine grobe Einschätzung über die Diversität in deutschen Redaktionen zu erlangen.

Dietrich-Gsenger et al. (2019, S. 52) beschreiben den „Durchschnittsjournalisten“ (in Deutschland, Österreich und der Schweiz) denn auch als „männlich“ und „in seinen frühen Vierzigern“. Mit einiger Wahrscheinlichkeit habe er einen Studienabschluss, sei fest angestellt und politisch eher links der Mitte zu verorten.⁴ In einer systematischen Betrachtung stütze ich mich auf die zuvor identifizierten Diversitätsdimensionen entsprechend dem Modell des Vereins Charta der Vielfalt in dem Versuch, vor allem die Felder auszumachen, in denen Veränderung besonders wichtig wäre.

3.1 Alter

Mit Blick auf das Alter von Journalist:innen gibt es wenig zugängliche, aktuelle statistische Auswertungen und wissenschaftliche Forschung. Weischenberg (S. 351) erhob 2005 in seiner umfassenden Studie auch das Alter der Journalist:innen und stellte fest, dass der Beruf „altere“. Während 1993 mehr als die Hälfte der Journalist:innen (52,7 Prozent) unter 36 Jahre alt waren, sind 2005 39,6 Prozent der Befragten zwischen 36 und 45 Jahre alt, weitere 28,0 Prozent sind älter als 45 Jahre. Nur noch ein Drittel der Journalist:innen (32,4 Prozent) war 2005 jünger als 36 Jahre. In den vergangenen 15 Jahren wird sich dieser Trend wie auf dem gesamten Arbeitsmarkt fortgesetzt haben.

Auch Dietrich-Gsenger et al. (2019, S. 57) bestätigen 14 Jahre später Weischenbergs Feststellung, dass der Beruf „altere“: 68 Prozent der Journalist:innen seien älter als 40 Jahre, vier von zehn sind sogar älter als 50 Jahre. Grundsätzlich ist aufgrund der Karrierewege davon auszugehen, dass in Führungspositionen besonders viele ältere Kolleg:innen beschäftigt sind, das Verhältnis hier also noch weniger ausgeglichen ist.

Hanitzsch (2021, S. 4) ermittelte in einer Onlinebefragung von 1055 haupt- und nebenberuflichen Journalist:innen, die die „Prekarisierung“ des Berufs zum Thema hatte, dass 55 Prozent der Befragten älter als 50 Jahre waren. 16,8 Prozent waren zwischen 40 und 49 Jahre alt, 19,8 Prozent zwischen 30 und 39 Jahren sowie 8,4 Prozent jünger als 30 Jahre. Allerdings kann die Erfassung nicht als repräsentativ gelten, weil die Befragten ausschließlich über ihre Berufsverbände angeschrieben wurden, in denen nicht alle Journalist:innen Mitglied sind (möglicherweise tendieren sogar bestimmte Altersgruppen eher nicht zur Mitgliedschaft).

Mit Blick auf den bevorstehenden Abschied der geburtenstarken 1960er-Jahrgänge aus den Medienhäusern könnte sich der Beruf in den kommenden Jahren möglicherweise wieder verjüngen. Allerdings verringert die wirtschaftlich angespannte Lage in vielen Medienhäusern die Möglichkeit, freie Stellen mit jüngerem Personal zu besetzen.

Alter

- Beruf „altert“, künftige Verjüngung zeichnet sich ab
- ↘ geringere Repräsentanz von jungen Journalist:innen auf Führungsebene
- kaum wissenschaftliche Forschung, Zahlen mutmaßlich verfügbar, aber nicht zugänglich

⁴Keine neue Erkenntnis: Weischenberg stellte schon 2006 (S. 353) in einer Befragung fest, dass sich Journalist:innen in Deutschland selbst im Durchschnitt eher links der politischen Mitte verorten. Auf einer Skala von 1 bis 100, bei der die Zahl 1 für „politisch links“ und die Zahl 100 für „politisch rechts“ steht, liegt der Mittelwert der politischen Grundhaltung in der Weischenberg-Befragung der Journalist:innen bei 38.

3.2 Ethnische Herkunft und Nationalität

Die Forschung zu Diversität im Journalismus hat sich bis in die 2010er-Jahre hinein vor allem auf die Dimension der ethnischen Herkunft und Nationalität, vorwiegend zum Migrationshintergrund von Journalist:innen, konzentriert. Trotzdem liegen selbst in diesem Bereich nur begrenzt belastbare Zahlen vor. Geißler (2006) begründet seine Arbeit zu Journalist:innen mit Migrationshintergrund dann auch mit einem Forschungsdefizit: „Wie viele Journalisten mit Migrationshintergrund derzeit in den Medienredaktionen tätig sind, ist unbekannt; empirisch abgesicherte Zahlen existieren bislang nicht.“ Die mittlerweile vorliegenden Detailinformationen und Ausschnittsbetrachtungen ergeben heute durchaus ein stimmiges Bild, wenn auch aktuelle, repräsentative Zahlen fehlen.

Pöttker et al. (2016) gehen davon aus, dass sich „mit einiger Sicherheit“ vier bis fünf Prozent der deutschen Journalist:innen eigene Migrationserfahrung haben. Pöttker nimmt dabei auf mehrere Studien Bezug, die seine Schätzung stützen. Da heute mehr als 27 Prozent der deutschen Bevölkerung einen Migrationshintergrund „im weitesten Sinne“⁵ haben (Statistisches Bundesamt, 2021), wären diese Menschen im Journalismus danach deutlich unterrepräsentiert. Hinzu kommt, dass in bestimmten Regionen, insbesondere Ballungszentren, der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund noch deutlich höher liegt als im deutschen Durchschnitt, die Unterrepräsentation in Redaktionen also noch größer wäre.

Bereits 2005 hat Müller einen Überblick über die bis dahin vorliegenden Erkenntnisse über Journalist:innen mit Migrationshintergrund in deutschen Redaktionen zusammengestellt (S. 224). Er verweist beispielsweise auf Taisto Hujanen, der bereits 1976 die Ausländerprogramme („Gastarbeitersendungen“) des öffentlich-rechtlichen Rundfunks untersucht hatte. Hujanen fand in den Redaktionen zum Teil nur eine/n fest angestellte/n Mitarbeiter:in mit Migrationshintergrund, während sehr viel mehr freie migrantische Mitarbeiter:innen beschäftigt wurden. (Ausnahme: Der WDR hatte zu der Zeit 16 fest ange-

stellte Mitarbeiter:innen mit Migrationshintergrund in den Ausländerprogrammen.)

Ouaj verfolgte 1999 ähnliche Ziele und fand im WDR einen Anteil von ausländischen Mitarbeiter:innen, der von 1993 auf 1995 sogar von 3,2 auf 3,0 Prozent sank. Bei anderen Sendern liegen die Anteile ähnlich niedrig, zudem sind nicht vorwiegend journalistische Beschäftigte diejenigen mit ausländischem Hintergrund. Schneider und Arnold (2004) fanden in einer Kommunikatorstudie 169 türkischstämmige Journalist:innen unter den Beschäftigten deutscher Zeitungen und Sender, aber auch deutscher Medien in türkischer Sprache. Deutsche Medien beschäftigten dabei maximal zehn, in der Regel aber ein bis zwei Mitarbeiter:innen mit türkischer Herkunft.

Auch Oulios (2006) spricht von einer Unterrepräsentation: Auf Basis unterschiedlicher, von ihm gesichteter Studien liegt die Zahl der migrantischen Journalist:innen unterhalb des Bevölkerungsanteils. Eine eigene Expertenbefragung ergab einen Anteil migrantischer Journalist:innen zwischen 2,3 Prozent im ZDF, 2,5 Prozent bei Gruner und Jahr, 3,2 Prozent bei RTL oder sieben Prozent in der Axel-Springer-Akademie. Höher sind die Anteile zum Teil im öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit 20 Prozent beim WDR oder 6,7 Prozent beim Bayerischen Rundfunk.

Geißler et al. (2006, S. 91) kommen durch eine schriftliche Befragung von Tageszeitungsredaktionen zu einer „informierten Schätzung“: Eine große Mehrheit der Tageszeitungen von 84 Prozent produziere „monoethnisch“, die einheimischen Journalist:innen seien in den Redaktionen unter sich. Der größte Teil von ihnen (60) waren als freie Mitarbeiter:innen tätig, 50 waren fest angestellt, dazu kamen noch 13 Volontär:innen und neun Praktikant:innen. „Im Durchschnitt arbeiten also bei den wenigen Zeitungen mit ethnischer Diversität jeweils ein Redakteur mit fester Anstellung und ein freier Mitarbeiter mit Migrationshintergrund.“

Müller (2005, S. 231) schränkt nach Sichtung der Studien jedoch deren Aussagekraft ein. Die vorhandenen Zahlen seien in mehrerlei Hinsicht noch zu optimistisch. Er nennt dafür mehrere Gründe: Überproportional viele Mitarbeiter entstammten offenbar Staaten, die keine typischen Herkunftsländer von Migrant:innen, sondern umgekehrt selbst überwiegend Einwanderungsländer seien. Keinerlei Daten gebe es zur Einordnung auch der fest angestellten Mitarbeiter mit Migrationshintergrund in der Hierarchie, ebenso müsse der

Unterschied zwischen fest angestellten und freien Mitarbeiter:innen genauer betrachtet werden. Viele Personen mit Migrationshintergrund arbeiteten zudem in Medienbetrieben in Bereichen, die nicht unmittelbar programm- bzw. inhaltsrelevant seien. Zudem arbeiteten viele Personen mit Migrationshintergrund für Medien(-teile), die auch speziell eben solche Personen ansprechen.

In der Befragung des journalistischen Nachwuchses der öffentlich-rechtlichen Sender in Deutschland ermitteln Kraemer et al. (2021, S. 2) immerhin einen Anteil von 30 Prozent, die angeben, einen Migrationshintergrund (mindestens ein Elternteil aus dem Ausland) zu haben. Die Deutsche Welle beschäftige besonders viele Volontär:innen mit Migrationshintergrund, dennoch spiegelten die Volontariatsjahrgänge in etwa den Migrationsanteil in der Bevölkerung wider.

Neben der Unterrepräsentation in Redaktionen spielt für die Frage journalistischer Entscheidungen und Leitlinien auch die Repräsentanz auf höheren Hierarchieebenen eine Rolle. Nach einer E-Mail-Befragung des Vereins Neue deutsche Medienmacher:innen (2020) sind 118 von 126 befragten Chefredakteur:innen der reichweitenstärksten Medien Deutsche ohne Migrationshintergrund, im Umkehrschluss haben also nur sechs Prozent einen Migrationshintergrund. Die Hälfte dieser acht Chefs und Chefinnen mit mindestens einem nicht deutschen Elternteil stammt aus Nachbarländern, die andere Hälfte aus EU-Mitgliedsstaaten. Das bedeutet: „Kein Chefredakteur und keine Chefredakteurin, der/die schwarz ist, stammt aus einer muslimisch geprägten Familie oder einer der größten Einwanderergruppen (türkisch, polnisch, russischsprachig)“ (S. 3). In den Redaktionen insgesamt fehlen konkrete Zahlen, bei Schätzungen räumen die Befragten ein, „dass der Anteil relativ gering sei“ (S. 5).

Auch eine Befragung von leitenden Redakteur:innen in Nordrhein-Westfalen (Pöttker et al., 2016) ergab, dass nur 5,3 Prozent der Befragten einen Migrationshintergrund vorwiesen.

Ethnische Herkunft und Nationalität



- ↘ deutliche Unterrepräsentanz beim journalistischen Personal
- ↘ deutliche Unterrepräsentanz auf Führungsebene
- keine systematische Zahlenerfassung, mehrere wissenschaftliche Studien

3.3 Geschlecht

Das European Journalism Observatory (EJO, 2022) hat 2021 das Verhältnis von Männern und Frauen in den Redaktionen in elf Ländern untersucht. Dazu wurden die jeweiligen Autorenangaben der veröffentlichten Artikel ausgewertet – eine Methode, die sicher nur zu einer Annäherung an das reale Verhältnis in Redaktionen taugt. Das Ergebnis: Journalismus in Europa ist (frei übersetzt) vor allem ein „Männerding“ („european journalism is a largely male affair“). Das Land mit dem größten Ungleichgewicht zwischen den Geschlechtern bei den Beiträgen war neben Italien Deutschland: 58 Prozent der Artikel hatten Männer geschrieben, nur 16 Prozent Frauen (Italien: 63 Prozent Männer, 21 Prozent Frauen). Besonders klassische Printmedien (wie die FAZ) haben hohe Männeranteile, aber auch Online-Angebote, die auf diversere Zielgruppen zielen, wie seinerzeit Bento, kommen auf 58 Prozent männliche und 38 Prozent weibliche Autorenangaben.

Auch Dietrich-Gsenger et al. (2019, S. 53) stellen in einer Erhebung fest: Der Journalismus in Deutschland (sowie in Österreich und der Schweiz) ist „männlich dominiert“. Nur 40 Prozent der Journalist:innen in allen drei Ländern seien Frauen. Den Platz der Chefredakteurin oder des Chefredakteurs oder eine vergleichbare Position nehme in vier von fünf Fällen ein Mann ein.

Dennoch deutet sich in diesem Bereich eine Veränderung an: In einer Befragung von 150 Volontär:innen der öffentlich-rechtlichen Sender (Rück-

⁵Definition: „Eine Person hat einen Migrationshintergrund, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil nicht mit deutscher Staatsangehörigkeit geboren wurde. Im Einzelnen umfasst diese Definition zugewanderte und nicht zugewanderte Ausländer:innen, zugewanderte und nicht zugewanderte Eingebürgerte, (Spät-)Aussiedler:innen sowie die als Deutsche geborenen Nachkommen dieser Gruppen.“ Verfügbar unter: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Glossar/migrationshintergrund.html>, zuletzt abgerufen am 21. September 2022.

lauf: 86 Antworten) ermitteln Kraemer et al. (2021, S. 1) einen Anteil weiblicher Journalistinnen von etwa 60 Prozent. Folglich rückten zwar mehr Frauen als Männer in Redaktionen nach, „die Zukunft wird zeigen, ob sich dies irgendwann auch in den Führungsetagen widerspiegelt“.

Diese Differenzierung nimmt auch Weischenberg (2006, S. 350) vor: Der Frauenanteil im Journalismus sei zwar stetig gewachsen. Ende der 1970er-Jahre lag der Anteil bei schätzungsweise 20 Prozent, 1993 bei knapp einem Drittel; im Jahr 2005 sind 37,3 Prozent der Journalisten in Deutschland weiblich. Unter den Festangestellten sind Journalistinnen mit einem Anteil von gut einem Drittel (34,7 Prozent) etwas weniger vertreten als unter freien Mitarbeitern: 45,1 Prozent von ihnen sind weiblich. Allerdings macht auch Weischenberg eine deutliche „vertikale Segregation“ aus: Vier von fünf Chefredakteur:innen waren 2005 männlich.

In der Befragung von Borchardt et al. (2019, S. 41), sagt der Chefredakteur der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung, Henning Brandt, er würde gern „mehr männliche Bewerber sehen“. Auch in öffentlich-rechtlichen Sendern überwiegt oft die Zahl der weiblichen Bewerberinnen um Volontariate die der männlichen, zum Teil so sehr, dass die Bewerbungsverfahren formal von den jeweiligen Gleichstellungsbeauftragten begleitet werden.

Auch der Verein Pro Quote e. V. (2018, S. 73) verweist darauf, dass Frauen sowohl bei den öffentlich-rechtlichen als auch bei den privaten Sendern in der Regel etwa die Hälfte der Belegschaft und den Großteil des journalistischen Nachwuchses ausmachen. Der Rundfunkjournalismus sei dagegen sogar mehrheitlich weiblich. In seinen Untersuchungen hat sich Pro Quote daher 2018 und 2019 vor allem auf das Verhältnis zwischen den Geschlechtern in Führungspositionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie von Presse- und Online-Angeboten konzentriert. Pro Quote hat dabei den „Frauenmachanteil“ ermittelt, der im Durchschnitt bei 37,7 Prozent liegt. Während die Deutsche Welle (51,9 Prozent) und der Rundfunk Berlin-Brandenburg (51,0 Prozent) die Pro-Quote-Forderung nach „der Hälfte der Macht für Frauen“ bereits erfüllen, sind vor allem kleinere Anstalten wie Radio Bremen (32,3 Prozent), der Saarländische Rundfunk (25,6 Prozent) und das Deutschlandradio (24,3 Prozent) noch weit von einer ausgewogenen Repräsentanz auf Führungsebene entfernt (Pro Quote 2018, S. 74).

Bei Print und Online ist das Bild, das Pro Quote (2019, S. 58) ermittelt, deutlich differenzierter: In

Regionalzeitungen mit eigenem Mantelteil betrage der Frauenmachanteil gerade 10,2 Prozent, von 100 Zeitungen wurden 2018 nur acht von Chefredakteur:innen geleitet.

Geschlecht

- ↗ ausgewogenes Verhältnis beim journalistischen Personal
- ↘ geringe Repräsentanz von Frauen auf Führungsebene
- ↗ gute Zahlengrundlage

3.4 Körperliche und geistige Fähigkeiten

Zur Repräsentanz von Menschen mit eingeschränkten körperlichen oder geistigen Fähigkeiten in Redaktionen liegen nach meinem Wissen im deutschsprachigen Raum keine oder kaum Untersuchungen vor. Für Großbritannien ermittelt Spilsbury (2017), dass rund 13 Prozent der Journalist:innen behindert seien, eine Quote, die dem Anteil Behinderter an der erwerbstätigen Bevölkerung insgesamt nahekommt (14 Prozent).

In Deutschland ist nicht von einer derart hohen Quote auszugehen. Die freie Journalistin Andrea Schöne (2021) schreibt in einem Beitrag für übermedien.de: „(...) selbst ich kenne kaum Kolleg:innen mit Behinderung, die überhaupt in der Medienbranche arbeiten. Geschweige denn, irgendwo erkennbar auftreten.“

Mehrere Untersuchungen beschäftigen sich lediglich mit der Darstellung von Menschen mit Behinderung in den Medien, beispielsweise Pernegger (2015). Ihre Erkenntnis – „Menschen mit Behinderung sind in den Massenmedien eine Randerscheinung, vor allem dann, wenn sie nicht jene Kriterien erfüllen, die gemeinhin als medial gut vermarktbar gelten“ – kann ein Indiz dafür sein, wie sehr Journalist:innen mit Behinderung auch eine Randerscheinung in deutschen Redaktionen sind.

Für fiktionale TV-Sendungen in Deutschland hat die Malisa-Stiftung ermittelt, dass Menschen mit Behinderung unterrepräsentiert sind: In der Bevölkerung hätten schätzungsweise rund sechs Prozent eine sichtbar schwere Behinderung. In den untersuchten Programmen traf dies jedoch nur auf 0,4 Prozent der Protagonist:innen und Hauptakteur:innen zu (Prommer et al., 2021, S. 29). Ein weiteres Indiz auch dafür, dass in redaktionsinternen Debatten offenbar Stimmen fehlen oder sich nicht durchsetzen können, die sich für die Abbildung von Menschen mit Behinderung einsetzen.

Körperliche und geistige Fähigkeiten

- ? ↘ vermutlich deutliche Unterrepräsentanz beim journalistischen Personal
- ? ↘ vermutlich deutliche Unterrepräsentanz auf Führungsebene
- ↘ keine systematische Zählerfassung, kaum/keine wissenschaftlichen Studien

3.5 Religion und Weltanschauung

Studien oder Zahlenmaterial sind mir nicht bekannt, möglicherweise aufgrund der geringeren Bedeutung in einer säkular geprägten Gesellschaft. Lediglich die Tätigkeit muslimischer Journalist:innen wird in Bezug auf ihre Herkunft am Rande thematisiert (siehe Abschnitt „Ethnische Herkunft und Nationalität“).

Religion und Weltanschauung

- ? keine Daten über Repräsentanz beim journalistischen Personal
- ? keine Daten über Repräsentanz auf Führungsebene
- ↘ keine systematische Zählerfassung, kaum/keine wissenschaftlichen Studien

3.6 Sexuelle Orientierung

Auch die sexuelle Orientierung wird in der Kommunikatorforschung kaum erfasst, obwohl die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2021) konstatieren, dass immer mehr Menschen sich offen als LSBTIQ identifizierten. Die Internetauftritte von Organisationen wie dem Bund Lesbischer & Schwuler Journalist:innen lassen darauf schließen, dass eine relevante Zahl in deutschen Redaktionen tätig ist und dass diese zumindest sichtbar sind als beispielsweise Journalist:innen mit Behinderung.

Sexuelle Orientierung

- ? ○ keine Daten über Repräsentanz beim journalistischen Personal
- ? keine Daten über Repräsentanz auf Führungsebene
- ↘ keine systematische Zählerfassung, kaum/keine wissenschaftlichen Studien

3.7 Soziale Herkunft

Diese Dimension war weiter vorn als übergreifende Ebene in diese Betrachtung eingeführt worden, weil sie mehrere, sich überschneidende Bereiche beinhaltet. Sie muss in Verbindung mit anderen sozialen und politischen Kategorien verstanden werden, beispielsweise dem familiären Hintergrund, der Jugendsozialisation, der Bildung und der ethnischen Herkunft. Letztere ist in einem eigenen Abschnitt weiter vorn beschrieben worden, bedingt aber Be-

obachtungen im Feld „soziale Herkunft“. Wenn einige der im folgenden beschriebenen Studien auch auf die „soziale Klasse“ oder „Arbeiterklasse“ abheben, weist der Begriff „soziale Herkunft“ auf ein deutlich weiteres Verständnis von Prägung.

Die „soziale Herkunft“ ist damit nicht leicht operationalisierbar. Isserstedt (2007) hat für die Sozialerhebungen des Deutschen Zentrums für Hochschul- und Wissenschaftsforschung Herkunftsgruppen entwickelt, auf die sich beispielsweise Lueg (2012) bezieht. Diese ziehen vor allem die Bildungsherkunft und die berufliche Stellung der Eltern zur Festlegung heran. Das folgende Schaubild verdeutlicht das System:

berufliche Stellung	Bildungsherkunft	
	mit Hochschulabschluss	ohne Hochschulabschluss
größere/r Selbstständige/r, freiberuflich z. B. Unternehmer:in mit großem Betrieb bzw. hohem Einkommen	↑	↑
Beamte:in des höheren Dienstes ab Regierungsrät:in, Lehrer:in, Studienrät:in aufwärts	↑	↗
Angestellte/r in gehobener Position z. B. Lehrer:in, wiss. Mitarbeiter:in, Prokurist:in, Abteilungsleiter:in	↑	↗
mittlere/r Selbstständige/r, freiberuflich z. B. Einzelhändler:in mit großem Geschäft, Hauptvertreter:in, größere/r Landwirt:in	↑	↗
Beamte:in des gehobenen Dienstes z. B. Inspektor:in, Oberinspektor:in, Amtmann/-frau, Amtsrät:in	↗	→
Angestellte/r mit qualifizierter Tätigkeit in mittlerer Position z. B. Sachbearbeiter:in, Buchhalter:in, Werkmeister:in, Krankenschwester/-pfleger	↗	→
kleinere/r Selbstständige/r, freiberuflich, Meister:in, Polier z. B. Einzelhändler:in mit kleinem Geschäft, Handwerker:in, kleinere/r Landwirt:in	↗	→
Beamte:in des einfachen und mittleren Dienstes z. B. Schaffner:in, Amtshilfe, Sekretär:in	↘	↘
Angestellte/r mit ausführender Tätigkeit z. B. Stenotypist:in, Verkäufer:in	↘	↘
Facharbeiter:in, unselbstständige/r Handwerker:in	↘	↘
ungelernte/r, angelernte/r Arbeiter:in	↘	↘

soziale Herkunftsgruppen: ↑ hoch ↗ gehoben → mittel ↘ niedrig

Übersicht über die Bildung sozialer Herkunftsgruppen, DSW/HIS 18. Sozialerhebung

Insofern versuche ich hier, die vorliegenden Studien zur sozialen Herkunft im Journalismus auch nach Milieu und Beruf auf der einen und Bildungshintergrund auf der anderen Seite zu gliedern.

3.7.1 Familie und Beruf

Weischenberg (2006, S. 353) ermittelte vor mehr als 15 Jahren, dass die damaligen Journalist:innen sich „sehr deutlich vor allem aus einem Bereich der Gesellschaft rekrutierten: der Mittelschicht“. Rund zwei Drittel der Väter von Journalist:innen (66,7 Prozent) sind oder waren Angestellte oder Beamte; Kinder von Arbeitern stellen eine kleine Minderheit (8,6 Prozent). „Journalisten sind in ihrer sozialen Zusammensetzung also nicht der Spiegel der Bevölkerung – so wenig wie Ärzte, Anwälte oder Wissenschaftler“, schlussfolgert Weischenberg. 67 Prozent der Journalist:innen stammen nach Weischenberg et al. (2006) aus der „Mittelschicht“.

Auch Borchardt et al. (2019, S. 41) konstatieren, dass die Perspektive der „Arbeiterklasse“ („working class“) in Deutschland, Großbritannien und Schweden in der Berichterstattung zu kurz komme. „Um ehrlich zu sein, glaube ich, dass der Journalismus schon immer eher Kinder aus sogenannten hoch gebildeten Familien anzieht, und das ist immer noch der Fall“, sagt die Leiterin der Deutschen Journalistenschule, Henriette Löwitsch, in der Befragung von Borchardt et al. (2019, S. 29). Nicht jeder könne sich den Weg in den Beruf leisten angesichts hoher Mieten in den Städten. Sven Gösmann, Chefredakteur der Deutschen Presse-Agentur dpa, hat dies in der Befragung von Borchardt (2019, S. 37) bestätigt: „Der Journalismus hat sich von einem Beruf für den sozialen Aufstieg zu einem Beruf für die Kinder der akademischen Elite entwickelt.“

Lueg (2012, S. 69) wertet eine Befragung von Teilnehmer:innen der Ausbildungsjahrgänge an deutschen Journalistenschulen aus. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass Journalistenschüler:innen „überwiegend (68 Prozent) aus der höchsten gemessenen Herkunftsgruppe“ stammen. Das haben Journalistenschüler:innen mit dem Durchschnitt ihrer bereits arbeitenden Berufskollegen gemeinsam.

Lueg (2012, S. 75) nimmt den Beruf der Eltern in die Betrachtung auf und ermittelt Ähnliches. „Die häufigsten klar abgrenzbaren Berufe auf Seiten der Väter von Journalistenschülern sind Arzt (21 Prozent) sowie Lehrer (9 Prozent) und Ingenieur (9 Prozent).“ Dies sind in der Studie die Berufe, die so häufig vorkamen, dass Lueg sie nicht mit weiteren ähnlichen

Berufen zusammenfasste. Andere Berufe wurden dagegen in Gruppen kombiniert: Unter der Gruppe von Selbstständigen (14 Prozent) versammeln sich beispielsweise Handelsvertreter und Makler sowie selbstständige Kaufmänner und Einzelhändler. Die Gruppe der freien Berufe (Architekten, Psychotherapeuten, Juristen, Journalisten) umfasst 18 Prozent. Die Gruppe der Angestellten mit Leitungsfunktion umfasst elf Prozent (Geschäftsführer, Manager, Bezirksleiter); sieben Prozent haben ein Anstellungsverhältnis ohne Leitungsrolle. Handwerker:innen sowie die Gruppe Rentner:in/arbeitssuchend sind jeweils mit fünf Prozent vertreten. Für den Zugang zum Journalismus ist das Studium das relevanteste formale Kriterium (Lueg, 2012, S. 196), Menschen aus akademischen Haushalten stellten 70 Prozent der Journalist:innen.

Interessant ist eine Differenzierung, die Geißler et al. (2006, S. 100) auf Basis einer eigenen Erhebung im Verhältnis zu Weischenbergs Studie ausmachen: Die kleine (siehe vorhergehender Abschnitt „Ethnische Herkunft und Nationalität“) Teilgruppe von Journalist:innen mit Migrationshintergrund stammt seltener aus Familien mit höherem elterlichen Berufsstatus. Sie kämen nie aus einer Journalist:innenfamilie und hätten keine Väter mit freien Berufen. Stattdessen seien sie, so Geißler, „erheblich häufiger in Arbeiterfamilien“ aufgewachsen: 32 Prozent ihrer Väter sind Arbeiter (Deutsche: neun Prozent) und 26 Prozent ihrer Mütter sind Arbeiterinnen (Deutsche: drei Prozent). Umgekehrt stellt Geißler (2006, ebd.) fest, dass mit 40 Prozent fast die Hälfte der Journalist:innen mit Migrationshintergrund aus der Arbeiterklasse stamme. Geißler et al. (2006, S. 91) stellen fest: „Während sich deutsche Journalisten fast ausschließlich aus der gesellschaftlichen Mitte, häufig aus der oberen Mitte, rekrutieren, stammen zwei Fünftel der Journalisten mit Migrationshintergrund aus Familien von Arbeitern und einfachen Dienstleistern.“ Vogel (2020b, S. 13) hat zudem untersucht, wie gut Ostdeutsche in Elitepositionen vertreten sind, also in Führungspositionen von insgesamt zwölf Bereichen wie Politik, Wirtschaft, Religion oder eben Medien. Dabei ermittelt er, dass Führungspositionen in den Medien nur zu 6,9 Prozent von Ostdeutschen besetzt werden, deutlich weniger, als ihr Anteil an der Bevölkerung (etwa 19 Prozent) ausmacht. Wie auch im Bereich Kultur seien sie „stark unterrepräsentiert“ (S. 23). Das Thema der Repräsentanz von Ostdeutschen in Medien in ganz Deutschland ist übrigens ebenso über diese Studie hinaus wenig erforscht.

3.7.2 Bildung

Schon 2006 stellte Weischenberg (S. 353) fest, dass der Journalismus immer mehr zum Beruf von Akademiker:innen werde. In seiner Befragung hatten bereits 2005 68,8 Prozent der Journalist:innen einen Studienabschluss. Nach Weischenberg „bestätigt [dies] die Beobachtung, dass der Eintritt in eine Redaktion ohne abgeschlossenes Studium heutzutage kaum noch möglich ist“. Dietrich-Gsenger et al. (2019, S. 60) stellen in ihrer Befragung von Journalist:innen in Deutschland fest, dass diese nicht nur durchschnittlich älter werden (siehe Abschnitt „Alter“), sondern auch später in den Beruf einsteigen. Dies deutet auf eine längere Ausbildungszeit hin. 64 Prozent der deutschen Journalist:innen besitzen einen Masterabschluss oder ein Diplom, sieben Prozent einen Bachelorabschluss und weitere vier Prozent haben ein Doktorstudium abgeschlossen. Weitere acht Prozent hätten ein Hochschulstudium begonnen, aber nicht abgeschlossen.

2012 befragte Lueg Chefredakteur:innen und stellte fest, dass „nahezu alle“ (S. 162), nämlich 20 von 21, ein Studium begonnen hätten. 67 Prozent hätten ihr Studium auch abgeschlossen. Sie ermittelt für die Teilnehmer:innen der Ausbildungslehrgänge von Journalistenschulen in Deutschland, dass 71 Prozent von ihnen mindestens einen Elternteil mit Hochschulabschluss haben. Bei Studierenden seien es lediglich 51 Prozent (2012, S. 73). Auch Kraemer et al. (2021, S. 3) stellen bei einer Befragung von Volontär:innen öffentlich-rechtlicher Sender fest, dass 95 Prozent von ihnen studiert hätten. Mit 95 Prozent liege der Akademikeranteil unter Volontär:innen mehr als fünfmal höher als in der Gesamtbevölkerung. Bei einem knappen Drittel der Volontär:innen habe zudem ein Elternteil studiert, bei einem guten Drittel sogar beide. Nur das verbleibende Drittel stamme aus einem nicht akademischen Haushalt und bringe damit andere Sichtweisen ein, schreiben Kraemer et al. (2021, S. 3).

Geißler (2006) stellt in seiner Erhebung mit Blick auf Journalist:innen mit Migrationshintergrund fest, dass diese sich vom Bildungsniveau nicht von deutschen Journalist:innen unterscheiden: Alle hätten zumindest ihr Fachabitur. Wie auch für deutsche Journalist:innen verlaufe der Weg in den Journalismus über die Hochschulen: 80 Prozent der Journalist:innen mit Migrationshintergrund hätten eine Hochschule besucht, 63 Prozent hätten ihr Studium mit Erfolg abgeschlossen. Diese Akademisierung scheint sich eher zu verstärken: 2019/20

waren rund 18.000 Studierende für ein Studium der Kommunikationswissenschaft oder Publizistik eingeschrieben, zwar vier Prozent weniger als im Vorjahr, aber fast 40 Prozent mehr als vor zehn Jahren.

Bildung

- ↘ Unterrepräsentanz von niedrigen Herkunftsgruppen beim journalistischen Personal
- ↘ Unterrepräsentanz von niedrigen Herkunftsgruppen auf Führungsebene
- ↘ schlechte Zahlengrundlage

3.8 Zusammenfassung: Dimensionen von Diversität im Journalismus

Alter

- Beruf „altert“, künftige Verjüngung zeichnet sich ab
- ↘ geringere Repräsentanz von jungen Journalist:innen auf Führungsebene
- kaum wissenschaftliche Forschung, Zahlen mutmaßlich verfügbar, aber nicht zugänglich

Ethnische Herkunft und Nationalität

- ↘ deutliche Unterrepräsentanz beim journalistischen Personal
- ↘ deutliche Unterrepräsentanz auf Führungsebene
- keine systematische Zahlenerfassung, mehrere wissenschaftliche Studien

Geschlecht

- ↗ ausgewogenes Verhältnis beim journalistischen Personal
- ↘ geringe Repräsentanz von Frauen auf Führungsebene
- ↗ gute Zahlengrundlage

Körperliche und geistige Fähigkeiten

- ? ↘ vermutlich deutliche Unterrepräsentanz beim journalistischen Personal
- ? ↘ vermutlich deutliche Unterrepräsentanz auf Führungsebene
- ↘ keine systematische Zahlenerfassung, kaum/keine wissenschaftlichen Studien

Religion und Weltanschauung

- ? keine Daten über Repräsentanz beim journalistischen Personal
- ? keine Daten über Repräsentanz auf Führungsebene
- ↘ keine systematische Zahlenerfassung, kaum/keine wissenschaftlichen Studien

Sexuelle Orientierung

- ? ○ keine Daten über Repräsentanz beim journalistischen Personal
- ? keine Daten über Repräsentanz auf Führungsebene
- ↘ keine systematische Zahlenerfassung, kaum/keine wissenschaftlichen Studien

Soziale Herkunft

- ↘ Unterrepräsentanz von niedrigen Herkunftsgruppen beim journalistischen Personal
- ↘ Unterrepräsentanz von niedrigen Herkunftsgruppen auf Führungsebene
- ↘ schlechte Zahlengrundlage

Handlungsbedarf: ↗ gering ○ vorhanden ↘ dringend ? fehlende Datenlage

4 Exkurs: Fehlende Statistik

Anders als in den USA oder bei britischen Medien gibt es in Deutschland keine Erhebungen zur Diversität in den Medien. Nahezu alle Experten fordern, Diversität zu messen, um Handlungsziele ableiten und Fortschritte messen zu können.

Bei der Frage, wie divers eine Redaktion ist, folgen die meisten Medienunternehmen mehr oder weniger dem Bauchgefühl. Es gibt in Deutschland keine verlässlichen Statistiken, mit denen sich Diversität in Redaktionen oder deren Entwicklung belegen ließe – das hat auch der vorausgehende Überblick gezeigt. Die Organisation Pro Quote zählte immerhin die Zahl von Frauen in Führungspositionen deutscher Medien. Auch mehrere der oben zitierten Studien haben versucht, ein grobes Bild von Diversität in Redaktionen zu zeichnen. Detaillierte Erkenntnisse oder zeitliche Entwicklungen lassen sich aufgrund der fehlenden kontinuierlichen Erhebung vergleichbarer Daten jedoch nicht nachzeichnen.

Aber: „Wer nicht gezählt wird, zählt nicht“, zitieren die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2020, S. 8) den Titel einer Publikation zu Schwarzen Menschen in Deutschland (Ahyoud, Asisha, Aikins, Joshua, Kwesi, Bartsch, Samera, Bechert, Naomi, Gyamerah, Daniel, Wagner, Lucienne, 2020). Die Neuen deutschen Medienmacher:innen fordern daher „aktuelle Daten, um die interkulturelle Offenheit des Medienbetriebs objektiv beurteilen zu können“. Und weiter (S. 10): „Ohne transparente Zahlen zur Diversität in deutschen Redaktionen können weder nachhaltige Veränderungen angestoßen werden, noch lässt sich nachvollziehen, ob Fortschritte erreicht wurden.“ Der Anteil der Journalist:innen mit Migrationshintergrund werde nach wie vor nicht systematisch erfasst, „häufig mit Verweis auf den Datenschutz“.

Auch Müller (2005, S. 235) bemerkt mit Blick auf die Zahl von Menschen mit Migrationshintergrund in deutschen Menschen: „Für das Konstatie-

ren empirisch messbaren Fortschritts jenseits von Absichtserklärungen und Hochglanzbroschüren fehlen schlicht die Daten.“ Borchardt et al. (2019) stellen mit Blick auf die Vielfalt der politischen Ansichten fest, dass es so gut wie unmöglich sei, harte Daten zu erhalten. Jeder Versuch, Daten zu erheben, würde in einem „schlüpfrigen Punktesystem oder einer fragwürdigen Quote für Parteizugehörigkeiten“ enden, wie sie bei einigen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten praktiziert würden.

Pöttker et al. (2016, S. 39) stießen bei einer Befragung von Chefredakteur:innen in Nordrhein-Westfalen zudem auf das Problem, dass nur wenige Angefragte sich auch beteiligen wollten. Sie schlussfolgern, dass es sich bei der geringen ethnischen Diversität im Journalistenberuf um eine sensible Problematik handele, zu der besonders bei solchen Medien wenig Auskunftsbereitschaft bestehe, die auch bei sich selbst in dieser Hinsicht ein Defizit spürten.

Die Neuen deutschen Medienmacher:innen fordern daher, dass Medienhäuser sich ein Bild über den Anteil ihrer journalistischen Mitarbeiter:innen mit Migrationshintergrund und deren Zugehörigkeit zu besonders diskriminierten Gruppen machen (2020, S. 7). „Der Datenschutz verhindert nicht, dass Medienunternehmen sich ein ehrliches Bild über den Anteil migrantischer Journalist:innen in ihren Redaktionen verschaffen. Sie können anonyme oder auf Freiwilligkeit basierende Befragungen durchführen. In Einzelfällen passiert das schon. Auch wenn die daraus gewonnenen Zahlen nicht hundertprozentig belastbar sind, ist es besser, als gar keine Zahlen zu besitzen, wie es heute noch in nahezu allen Medienhäusern der Fall ist.“ (Neue deutsche Medienmacher:innen, 2020, S. 13)

Es gibt gute Vorbilder: In Großbritannien und Irland erheben die öffentlich-rechtlichen Sender die Herkunft der Mitarbeitenden und definieren Zielmarken für deren Repräsentanz. Auch Bundes- und Landesbehörden erheben mittlerweile die Vielfalt ihrer Belegschaft, ohne dass dabei der Datenschutz

beeinträchtigt wird (Neue deutsche Medienmacher:innen, 2020). Der WDR praktiziert diese Befragung seit 2014 bei Neueinstellungen. Auch die BBC in Großbritannien erfasst Migration und Geschlecht, zudem setzt sie sich Zielmarken: Bis 2020 sollten die ethnischen Minderheiten 15 Prozent der Belegschaft sowie der Führungsebene ausmachen.

Ein weiteres Beispiel ist die American Society of News Editors, die seit 1978 freiwillige Umfragen in US-Zeitungsredaktionen durchführt und seitdem einen Anstieg der Quote von Journalist:innen mit Migrationshintergrund von vier auf 22,6 Prozent 2018 dokumentiert hat. Die Federal Communications Commission geht für den Rundfunkbereich ähnlich vor auf Basis von Selbsteinschätzungen der Journalist:innen. Auch Geißler (2006, S. 82) verweist auf den Nutzen der Reihenerhebung des Newsroom Employment Census (heute: Newsroom Diversity Survey).

5 Gründe für fehlende Diversität in Redaktionen

Der vorangegangene Abschnitt erlaubt einen groben Überblick über den Status quo: Wie divers sind deutsche Redaktionen? Fest steht: In vielen Diversitätsdimensionen ist „Luft nach oben“, viele gesellschaftliche Gruppen finden keine adäquate Repräsentanz in deutschen Redaktionen.

Offen ist dagegen die Frage, was die Gründe für diese Defizite in allen Diversitätsdimensionen sind. Eine Annäherung an diese Gründe erlaubt Rückschlüsse auf mögliche Handlungsoptionen, um Diversität zu vergrößern. Manche Gründe für mangelnde Diversität lassen sich aus den oben genannten Daten und Befunden ableiten. Viele der folgenden Argumente und Muster stammen somit aus Studien, die explorativ im Gespräch mit leitenden Redakteur:innen, Journalist:innen in Ausbildung oder Angehörigen von Gruppen die Diversität in Redaktionen erhöhen würden. Vielfach werden dabei Mechanismen beschrieben, die Bewerber:innen benachteiligen oder ihnen signalisieren, sich gar nicht erst zu bewerben. Ich habe im Folgenden versucht, Gründe für fehlende Diversität nach Themengruppen zu ordnen. Es geht dabei um Hürden durch

- Unterschiede zwischen Stadt und Land
- Prioritätensetzung von Berufseinsteigern.

5.1 Berufsstand und Berufsbild

Durch Vorgaben von Berufsverbänden für den Zugang zum Beruf sowie die Prägung des Berufs wird Menschen ohne Abitur oder akademische Ausbildung der Zugang erschwert oder verwehrt – trotz grundlegender gesetzlicher Garantie. Dieser Mechanismus führt dazu, dass sich Redaktionen zu einem „bürgerlich beherrschten Feld“ entwickelt haben und andere Herkunftsgruppen kaum vertreten sind.

Es ist paradox: Das Grundgesetz garantiert – wie oben beschrieben – den freien Zugang zum Beruf, und doch spüren viele Probleme dabei, sich auf ihrem Berufsweg auf diese Garantie zu stützen. Beispielsweise sind durch die definitorische Festbeschreibung und Fortentwicklung des Berufsbildes durch Berufsverbände wie den Deutschen Journalistenverband (DJV) Eingangshürden entstanden, die die Einlösung des grundgesetzlichen Versprechens erschweren. Insbesondere die vom DJV beschriebene Entwicklung des Berufs vom „Bega-

- Berufsstand und Berufsbild
- Bewerbungs- und Auswahlprozess inklusive Zugangsvoraussetzungen zu Ausbildungen
- Redaktionskultur
- Image
- fehlende Vorbilder
- wirtschaftliche Gründe

bungs- zum Ausbildungs- und Qualifikationsberuf“ (Donsbach, 1999) stellt den bedingungslosen Zugang zum Journalismus mindestens infrage.

Der Deutsche Journalistenverband leitet die Einschränkung des Zugangs interessanterweise aus eben jener grundgesetzlichen Norm ab, die den Zugang bedingungslos garantieren soll: „Die Verpflichtungen aus dem Grundgesetz verlangen von Journalistinnen und Journalisten ein hohes Maß an persönlicher und beruflicher Qualifikation“ (Deutscher Journalistenverband, 2015). Für wichtige Qualifikationen hält der DJV unter anderem „soziales und gesellschaftspolitisches Verantwortungsbewusstsein, logisches und analytisches Denken, sprachliche Ausdrucksfähigkeit und -sicherheit, Einfühlungsvermögen und Kreativität, Kontaktfähigkeit und Bereitschaft zur Zusammenarbeit, Konflikt- und Kritikfähigkeit“. Die journalistische Tätigkeit setze, so der DJV, eine umfassende Allgemeinbildung und den Erwerb von Sachwissen voraus. Der DJV sieht daher, so heißt es in seiner Definition des Berufsbildes weiter, „das Abitur oder eine gleichwertige Vorbildung als wünschenswert für die Ausbildung zum Journalistenberuf an“. Er empfiehlt darüber hinaus „den Abschluss eines Studiums“. Auch das mit einer abgeschlossenen Ausbildung in einem anderen Beruf erworbene Sachwissen trage zur journalistischen Qualifikation bei.

Die Bundesagentur für Arbeit (2021, S. 2) nennt die „Wege zum Einstieg in den Journalismus“ zwar „vielfältig“, in der Regel werde aber für ein Volontariat in der Medienbranche ein erfolgreicher Studienabschluss vorausgesetzt.

Lueg (2012, S. 46) weist auf dieses Spannungsfeld zwischen formaler Zugangsfreiheit und geübter Praxis hin: „Das Jedermannsrecht auf Ausübung journalistischer Arbeit einerseits und die akademische Prägung andererseits machen die Notwendigkeit der Frage nach der sozialen Herkunft und der damit verbundenen Berufswahlmotivation evident.“ Sie beobachtet bereits im 19. und 20. Jahrhundert Tendenzen, die den Journalismus zu einem „bürgerlich beherrschten Feld“ machen, während der „Anteil von Akademikern unter den Journalisten stets hoch“ (S. 51) gewesen sei. Sie beschreibt den Journalismus als „Aufstiegsberuf“ (S. 48) für Menschen aus niedrigeren Verhältnissen. Der in den 1980er- und 1990er-Jahren entwickelte Konsens, nach dem eine Akademisierung dem Beruf nutzen könnte, muss aus der Diversitätsperspektive infrage gestellt werden.

5.2 Bewerbungs- und Auswahlprozess

Bei der Auswahl von Bewerber:innen setzen viele Medien nach wie vor auf klassische Prozesse und Anforderungen. Letztere teilen Borchardt et al. (2019, S. 26) in drei Kategorien auf: persönliche Qualitäten, journalistisches Handwerkszeug und Kenntnisse neuer Technologien.⁶ Diese bilden sich in unterschiedlichen Auswahlverfahren ab, in denen formale und informelle Zugangsvoraussetzungen ebenso eine Rolle spielen wie Erwartungen und Vorurteile.

5.2.1 Recruitment

Medienhäuser haben ihre Auswahlprozesse bisher kaum angepasst, um das Ziel größerer Diversität in Redaktionen zu erreichen. Aktives Recruiting findet kaum statt.

Wie gewinnen Medienhäuser ihre Mitarbeiter:innen? Eine wichtige Frage, wenn es darum geht, die Zusammensetzung des Personals zu verändern, um Diversität zu erhöhen.

Borchardt et al. (2019, S. 48) beschreiben das Verfahren, das über Jahrzehnte den Weg in den Journalismus bestimmt hat: „Bei der Personalbeschaffung im Journalismus ging es früher um Papierstapel und Telefone. Bewerbungen kamen zu Hunderten, manchmal Tausenden, und ein Redakteur oder eine Redakteurin versuchte, die Spreu vom Weizen zu trennen. Diejenigen, die von einer angesehenen Journalistenschule kamen, waren im Vorteil.“ Am Ende des Auswahlverfahrens standen Kandidat:innen, die oftmals den Auswählenden sehr ähnlich waren.

Auch heute sind viele Auswahlverfahren nach wie vor von diesen Abläufen geprägt, was den Bewerber:innenpool deutlich einschränkt: Ein aktives Recruiting nach bestimmten Qualifikationen oder eben auch Diversitätsdimensionen findet kaum statt, wenn Medien auch nach und nach das Bedürfnis einer aktiveren Gewinnung von Mitarbeiter:innen erkennen. Borchardt et al. (2019, S. 48) stellen jedoch fest, dass es trotz grundsätzlichen

Bewusstseins für ein Diversitätsdefizit in vielen Medienhäusern keine klaren Prozesse gibt mit dem Ziel, die Diversität in der Auswahl zu erhöhen oder gar Auswahlverfahren zu verändern. „Die Veränderungen sind eher kosmetisch als substanziell.“

Borchardt et al. (2019, S. 61) fassen zusammen: „Personalfragen waren ein Nebenschauplatz auf der redaktionellen Seite, während die Personalabteilung für die kommerzielle Seite zuständig war. Erst in den letzten Jahren sind Managementschulung und das Bewusstsein für die Notwendigkeit, die Vielfalt zu erhöhen, in den Redaktionen angekommen.“ Der Besuch von Schulen und Universitäten durch die Rekrutierenden – üblich in anderen Branchen – zur Förderung des Journalismus sollte eine Pflichtübung sein. Vor allem regionale Medien werben zunehmend bei Arbeitssuchenden für ihre Marken.

5.2.2 Zugangsvoraussetzungen

Formal haben deutsche Medienhäuser ihre Zugangsvoraussetzungen zum Teil verändert und sich damit für Bewerber:innen ohne akademische Ausbildung oder Abitur geöffnet. Informell sind jedoch Abitur und Studium nach wie vor die häufige Erwartung, was bestimmte Herkunftgruppen benachteiligt.

Wer darf heute Journalist:in werden? Formal jeder (siehe Abschnitt „Rechtlicher Rahmen“), doch geben Medienhäuser bestimmte Voraussetzungen für Bewerber vor, die den Personalpool deutlich einschränken. Weischenberg (2006, S. 353) stellte in seiner repräsentativen Befragung von Journalist:innen in Deutschland fest, dass ein Volontariat beim Großteil der Journalist:innen (62,4 Prozent) noch immer zum Ausbildungsweg gehöre, als alleiniger Weg in den Journalismus verliere es aber an Bedeutung und werde von Hospitanzen und Praktika abgelöst: 68,7 Prozent der Befragten machten ein Praktikum; in der Altersgruppe unter 35 Jahren sind es sogar 90,6 Prozent.

Die meisten ARD-Anstalten setzen für ihr Volontariat ein abgeschlossenes Studium voraus oder legen den Abschluss nahe (Kraemer et al., 2021, S. 3), wenn in diesem Bereich auch gerade Veränderungen beginnen. Die akademische

Journalismusausbildung steht dagegen nach wie vor nur Bewerber:innen mit Fachhochschul- oder Hochschulreife offen, was den Bewerberkreis deutlich einschränkt.

Die Journalistenschulen in Deutschland haben ihre Auswahlkriterien angepasst. Auswahltests zielen heute eher auf aktuelle Ereignisse und Entwicklungen als auf kanonisches Allgemeinwissen. Das bestätigt auch Lueg (2012, S. 92). Sie stellt die oben bereits beschriebene Diskrepanz zwischen formaler Zugangsfreiheit und informeller Erwartung auch beim Zugang zu Journalistenschulen fest: Ein Studium sei bei zwei der von ihr untersuchten drei Schulen nicht formale Bewerbungsvoraussetzung. Dies relativiere sich allerdings ebenso wie schon in Bezug auf das Abitur. „Eine der Schulen legt zwar den Studienabschluss nicht als offizielles Kriterium fest, der Schulleiter nimmt aber mit Hinweis auf die hohen Wissensanforderungen eine Empfehlungshaltung ein.“

Die folgende Abbildung zeigt entsprechend, dass die meisten Schulen und Ausbildungsinstitute mindestens ein Abitur, wenn nicht ein Studium erwarten oder nahelegen.

⁶Interessanterweise spielt der letzte Punkt – Technologie – in der Auswertung der Gespräche kaum eine Rolle. Möglicherweise ist dies ein Zeichen dafür, dass auch bei der Veränderung der Anforderungen an Bewerber:innen mit Blick auf ein verändertes Berufsbild kaum mehr als Lippenbekenntnisse zu beobachten sind.

Deutsche Journalistenschule	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kompaktklasse: abgeschlossene Berufsausbildung ▪ Masterklasse: abgeschlossenes Bachelorstudium
Henri-Nannen-Schule	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „alle Bewerber müssen die deutsche Sprache beherrschen, in Wort und Schrift“ ▪ „ein abgeschlossenes Studium ist hilfreich, aber nicht zwingend“
Axel-Springer-Akademie	<ul style="list-style-type: none"> ▪ es gibt keinerlei formalen Zugangsvoraussetzungen ▪ Mindestalter (beim Ausbildungsbeginn) 18 Jahre ▪ Leidenschaft für den Reporterberuf
RTL-Journalistenschule	<ul style="list-style-type: none"> ▪ erste praktische Erfahrung im Medienbereich: journalistisch oder in der Film- und Fernsehproduktion, in Online, Hörfunk oder Print, mit einem eigenen Blog oder einem eigenen Kanal auf YouTube oder Instagram ▪ mindestens Abitur/Fachabitur (zum Zeitpunkt der Bewerbung bereits abgeschlossen)
Burda-Journalistenschule	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „empfohlen“ sind abgeschlossenes Studium oder abgeschlossene Berufsausbildung, Praktikum in einer Redaktion von Hubert Burda Media, Praktikum in einer lokalen Tageszeitungs- oder Onlineredaktion, Kenntnisse im Bereich Online- und Digitaljournalismus
Ems Babelsberg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abitur/Fachhochschulreife oder adäquate Ausbildung im Medienbereich („u. U. erkennen wir hier auch eine umfangreiche eigenständige Tätigkeit mit journalistischen Inhalten auf YouTube, Instagram o. ä. an“) ▪ erste Erfahrung im journalistischen Arbeiten über Praktika oder in freier Mitarbeit sind jedoch Minimum ▪ „Interesse für die gesamte Region Berlin-Brandenburg: für die Menschen auf dem flachen Land und in der kleinen Stadt genauso wie für die in der Metropole“ ▪ „sehr gutes Deutsch in Wort und Schrift und sicherer Umgang mit Social Media“ ▪ „ein abgeschlossenes Hochschulstudium ist hilfreich, muss aber nicht sein“ ▪ es gibt keine Altersbeschränkung
HMS (Digitaler Journalismus, berufsbegleitend)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Voraussetzung für die Zulassung zum Studiengang ist ein abgeschlossenes grundständiges Hochschulstudium (Bachelor, Magister, Diplom) ▪ eine einschlägige berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr
Freie Journalistenschule	<ul style="list-style-type: none"> ▪ abgeschlossenes (nicht journalistisches) Hochschulstudium, d. h. Bachelor-, Master-, Diplom- oder Magisterabschluss oder erstes Staatsexamen an Universität, Fachhochschule oder Berufsakademie oder Berufsausbildung und anschließend mindestens drei Jahre Berufserfahrung ▪ sehr gute deutsche Sprachkenntnisse in Wort und Schrift
Reportageschule Reutlingen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „grundsätzlich kann sich jeder und jede bei uns bewerben“ ▪ „auch wenn die meisten Abitur haben und zwischen 22 und 32 Jahre alt sind – es gibt keinerlei formale Voraussetzungen für eine Bewerbung an der Reportageschule“ ▪ „es ist von Vorteil, wenn du Erfahrung mitbringst“
Evangelische Journalistenschule	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wird geschlossen

Zugangsvoraussetzungen Journalistenschulen (Stand: November 2022)

5.2.3 Herkunft, Familie und Vorurteile

In ihren Anforderungen und Erwartungen an Bewerber:innen bilden Redaktionsleiter:innen die eigene Herkunft ab: Gefragt sind Qualitäten, die vor allem im bürgerlichen Herkunftsmilieu zu finden sind. Zum Teil geschieht dies aus der Überzeugung heraus, dass bestimmte Qualitäten für die Berufsausübung erforderlich sind, zum Teil folgen Redaktionen auch diskriminierenden Vorurteilen.

Was sind die eher informellen Erwartungen an Bewerber:innen neben Tests und Arbeitsproben? Nach welchen Kriterien entscheiden sich Redaktionsleiter:innen für oder gegen Bewerber:innen? Viele der folgenden Beschreibungen stammen aus Studien, die sich vor allem mit den Chancen von Journalist:innen mit Migrationshintergrund beschäftigen, sind aber zumindest eingeschränkt auch auf andere Diversitätsdimensionen übertragbar, insbesondere die soziale Herkunft.

In einer Befragung der Neuen deutschen Medienmacher:innen (2020, S. 4) sagen Chefredakteur:innen, dass mangelndes Können bei Journalist:innen mit Migrationshintergrund entscheidend sei, „wenn es nicht klappt“. Eine eigene Verantwortung für den Erfolg von Bewerber:innen in Redaktionen schließen die Chefs und Chefinnen jedoch aus. Sie äußern die Befürchtung (Neue deutsche Medienmacher:innen, 2020, S. 12), dass Gleichstellung auf Kosten der Qualität gehen könnte: „Es geht um die beruflichen Fähigkeiten und nicht die Herkunft.“

Problematisch ist aus Sicht der Neuen deutschen Medienmacher:innen dabei die implizite Unterstellung, dass Journalist:innen mit Migrationshintergrund nicht genauso gut qualifiziert seien oder ausgebildet werden könnten. In späteren Tiefeninterviews stellen die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2020, S. 16) fest: „In den Gesprächen wird mehrheitlich die journalistische Qualifikation als entscheidendes Merkmal für Einstellungen gesehen. Zum Teil werden Vorbehalte bezüglich der Eignung von Bewerber:innen mit internationaler Geschichte impliziert.“ Auch Horz et al. (2020) beobachten, „dass die Professionalität der Journalist:innen zum Teil – wie auch in den Vorgängerstudien – gegen Diversity ausgespielt wird“.

In der Studie von Oulios (2006, S. 129) weisen Chefredakteur:innen die Aussage zurück, dass „sozial selektiert“ werde, was für Oulios aber im Widerspruch dazu steht, dass „alle interviewten Chefredakteur:innen sowie Redaktionsleiter:innen aus dem Bürgertum stammen“. Es ist aber eben jenes bürgerlich-intellektuelle Milieu, das am ehesten die von den Chefredakteur:innen geschätzten sozialen und kulturellen Fähigkeiten vermittelt wie sprachliche Eloquenz (siehe Abschnitt „Sonderthema Sprache“), eine allgemeine „kanonische“ Bildung, die Fähigkeit, Intellektualität und Selbstvertrauen (Borchardt, 2019, S. 31). Lueg (2012, S. 104) stellt in ihrer Befragung fest, dass die von Chefredakteur:innen präferierten Eigenschaften wie Adaptionfähigkeit, Flexibilität, Sprachgefühl und Gesprächsführungskompetenzen auf Denkstrukturen fußen, „welche in einem hinsichtlich Bildung und Einkommen kapitalstarken Milieu generiert wurden“.

Auch hinsichtlich der Merkmale, die Journalistenschulen von Bewerber:innen erwarten, destilliert Lueg (2012, S. 104) ähnliche Merkmale heraus. Sie zeigt auf, dass vier von fünf dieser Merkmale eine Persönlichkeit forderten, „die durch eine Sozialisation in der akademisch geprägten Herkunftsgruppe ‚hoch‘ und dem daraus resultierenden Habitus begünstigt wird“. In der Konsequenz reproduziert die Auswahl von Journalist:innen sowie für die Ausbildung als auch die Mitarbeit in Redaktionen dadurch häufig ebenjene Soziodemografie, die bereits in den Redaktionen besteht.

Hinzu kommen schwerer nachvollziehbare, zum Teil diskriminierende Argumente mit Blick auf eine „Werteakzeptanz“, die Chefredakteur:innen in Nordrhein-Westfalen in einer Befragung nennen (Pöttker, 2016, S. 72): Bei Menschen mit Migrationshintergrund gebe es ein „anderes Verständnis von Zeit, von Pünktlichkeit, von Zuverlässigkeit“ und „Bedenken gegenüber der Kompatibilität von Migranten mit deutschen Redaktionen“. Erwähnt wird unter anderem die Schwierigkeit, in seiner Redaktion „türkischstämmige Redakteurinnen mit Kopftuch“ zu beschäftigen. Aus meiner Sicht schwingen in diesen Aussagen durchaus ausländerfeindliche Vorurteile mit.

Grundsätzlich stellt Pöttker (2016, S. 78) fest, dass „vermutete Kompetenzen von Migranten (interkulturelle Faktoren) von deutschen Medienvertretern eher gering geschätzt werden, während Faktoren, die Migranten eher davon abhalten könnten, den Journalistenberuf zu ergreifen (sprachliche Faktoren, siehe dort) höher eingeschätzt werden“.

Und weiter (S. 113): „Dass die Beschäftigung von Journalisten mit Migrationshintergrund sich positiv auf das Medienunternehmen auswirken kann, konnten sich die meisten Befragten (...) nicht vorstellen.“

Vorurteile erfahren auch Journalist:innen mit Behinderung. Schöne (2022) berichtet beispielsweise von einer „kräftigen Portion unterschiedlicher Diskriminierung“: „Ich stellte mich persönlich bei der Redaktion in einer Kleinstadt vor. Der Chefredakteur sah mich wegen meiner Gehbehinderung nervös an und fragte: ‚Sind Sie überhaupt mobil genug?‘“ In der Folge blieben Journalist:innen unter sich, Borchardt et al. (2019) sprechen von „Journalismus als einem geschlossenen Kreis“ (S. 31). Trotz #MeToo und wachsender Aufmerksamkeit für Themen wie Rassismus sind impliziertere sowie explizierte, strukturierte Diskriminierung nach wie vor in der Branche anzutreffen (Borchardt et al., 2019, S. 10).

5.2.4 Akademisierung

Der Auswahlfokus von Medienhäusern auf Menschen mit akademischer Ausbildung (oder bei erworbenen Kenntnissen) determiniert die Herkunft von Bewerber:innen aus bestimmten sozialen Schichten. Insbesondere in den Diversitätsdimensionen der ethnischen und sozialen Herkunft sowie der Behinderung werden Menschen dadurch benachteiligt.

Im Abschnitt „Zugangsvoraussetzungen“ habe ich bereits aufgezeigt, dass von Bewerber:innen (wenn nicht formal, so doch häufig informell) ein Studium erwartet wird. Dies bildet sich auch mit Blick auf die Argumentationszusammenhänge für die Bewerberauswahl ab.

Oulios (2006, S. 129) stellt in einer Expertenbefragung fest, bei Bewerber:innen hapere es manchmal an Allgemeinbildung. Journalist:innen in Ausbildung bestätigen dies: Um einen Fuß in die Tür zu bekommen, braucht es eine „Ausbildung vor der Ausbildung“ (Borchardt et al., 2019, S. 45). Einige Befragte betonten in der Erhebung von Borchardt (2019, S. 41), dass Talent nicht unbedingt mit einer Hochschulausbildung zusammenhänge, es aber schwieriger sei, gute Kandidat:innen ohne

Abschluss zu finden. Auch in Deutschland haben die meisten Menschen in einer Journalismusausbildung bereits einen Hochschulabschluss erworben.

In einer Erhebung der Diversität von Volontär:innen sieht die frühere RBB-Chefredakteurin und -Programmdirektorin Claudia Nothelle Vorteile in der akademischen Ausbildung der Volontär:innen: „Man bekommt eine angelernte Analyse- und Reflexionsfähigkeit – und in den meisten Fällen auch mehr Lebenserfahrung.“ In derselben Erhebung (Kraemer et al., 2021) nennt Publizistikprofessor Gregor Daschmann den „Journalismus insgesamt für überakademisiert“, wichtige Themen könnten so übersehen werden, zu anderen fehle der Zugang.

Auch Geißler (2006, S. 93) stellt fest, dass der Weg in den Journalismus in der Regel über die Hochschulen führe. Migrant:innen seien im deutschen Bildungssystem extrem benachteiligt, zudem meiden sie tendenziell Studiengänge, bei denen die Kompetenzen in der deutschen Sprache eine besondere Relevanz haben. „Das deutsche Bildungssystem als Ganzes und die darin verwurzelte Chancenungleichheit sind ein Problem für den Journalismus“ (Borchardt et al., 2019, S. 45).

Als Journalistin mit Behinderung sieht auch Schöne (2021) als erste Hürde den Zugang zu Bildung. Förderschulen sähen die Möglichkeit, ein Abitur zu machen, oftmals gar nicht vor: „Für ein Journalismusstudium, sehr viele Journalismusschulen und Volontariate ist genau das aber eine Voraussetzung – und müsste dringend überdacht werden, um auch das Talent und Gespür für Sprache bei behinderten Menschen fernab des Schulabschlusses zu entdecken und zu fördern. Auch ihre Lebenswelten sind Teil dieser Gesellschaft, werden aber zu wenig in den Medien abgebildet.“

Wie sehr der Auswahlfokus im Journalismus auf Akademiker:innen auch die Herkunft von Bewerber:innen aus bestimmten sozialen Schichten determiniert, lässt sich unter anderem am Bildungsreport des Stifterverbandes für die Deutsche Wirtschaft (2020) ablesen: Verglichen wurden dabei die Bildungschancen von je 100 Nichtakademikerkindern und 100 Akademikerkindern. Von 100 Grundschulkindern nahmen danach nur 21 ein Studium auf, von 100 Akademikerkindern schreiben sich hingegen durchschnittlich 74 an einer Hochschule ein. Im Hochschulsystem setzt sich diese Tendenz fort: Die Quote der Nichtakademikerkinder, die vom Studienanfang bis zum erfolgreichen Bachelorabschluss dabeibleiben, liegt bei 70 Prozent

und ist damit um 15 Prozentpunkte geringer als die Quote der Akademikerkinder (mit 85 Prozent). Bis zum Masterabschluss summieren sich die Unterschiede, sodass von anfänglich 100 Nichtakademikerkindern letztlich nur acht den Masterabschluss erwerben. Von den Akademikerkindern sind es aber mit 45 rund sechsmal so viele. Bei der Promotion beträgt das Verhältnis bei den Nichtakademikerkindern schließlich insgesamt 1:100.

In seinen Handlungsempfehlungen zur Erhöhung der Diversität im Hochschulstudium rät der Stifterverband (2020) dazu, unbewusste und möglicherweise ungewollte Selbstselektivität zu verringern: „Beispielsweise kann die Verbesserung der Möglichkeiten des Teilzeitstudiums in Masterstudiengängen als eine Form der „Ermöglichung eines Studiums mit unterschiedlichen Geschwindigkeiten“ (Wissenschaftsrat 2017) ein geeigneter Ansatzpunkt sein, um die Weiterstudienneigung insbesondere auch von Nichtakademikerkindern zu fördern.“ Möglicherweise ist dies auch eine Perspektive für Journalismusausbildungen.

5.2.5 Sonderthema Sprache

„Eher traditionell geprägte Erwartungen“ erschweren die Erhöhung von Diversität in Redaktionen. Insbesondere die Forderung nach ausgeprägten sprachlichen Fähigkeiten schließen bestimmte Gruppen aus, während die Vorteile, nicht deutsche Sprachen zu beherrschen, kaum wertgeschätzt werden.

Im lesenswerten Vorwort zur Studie „Migrant:innen als Journalisten?“ (Pöttker et al., 2016, S. 9) schreibt die aus Belarus stammende Journalistin Katsiaryna Artsiomenka: „Die Komplexität des Berufs, der die Komplexität der Welt reduziert, scheint in Deutschland auf die Sprache und die Aussprache reduziert zu sein. Das journalistische Handwerk, das dem Publikum nicht vertraute Sachverhalte vertraut zu machen hilft, braucht offenbar nur ein Werkzeug: akzent- und fehlerfreies Deutsch.“ Umgekehrt bemerkt sie, dass es deutschen Redaktionen immer noch ziemlich schwerfalle, das Potenzial und den Nutzen von Journalist:innen mit Migrationshintergrund zu erkennen und anzuerkennen.

Artsiomenka lenkt den Fokus auf eine wichtige Frage, die nicht nur für Journalist:innen mit Mi-

grationshintergrund wichtig ist: „Wie wichtig sind gute Sprachkenntnisse? Ist Journalismus heute nicht so arbeitsteilig, dass auch die Möglichkeit zur Recherche in sonst verschlossenen Milieus schon Qualifikation genug ist, um eine Redaktion zu bereichern? Ist die Erweiterung des journalistischen Berufsbildes hin zur Analyse großer Datensätze oder der technischen Umsetzung von Berichterstattung (Produktentwicklung, Onlinejournalismus, Programmierung) nicht auch ein Anlass zu prüfen, wie wichtig Sprachfertigkeiten für jeden einzelnen Journalisten heute sind? Kommt es nicht mit Blick auf den breiten Strauß der Fähig- und Fertigkeiten in Redaktionen auf eine gute Mischung an – also eben auf Diversität?“

Auch Borchardt et al. (2019) dokumentieren dagegen die Bedeutung von Sprachfertigkeiten: Insbesondere im Bereich des journalistischen Handwerkszeugs schienen „eher traditionell geprägte Erwartungen“ mehr Diversität in Redaktionen zu erschweren. Neben Kenntnissen journalistischer Recherche erwähnen viele Chefredakteur:innen den „sicheren und geschickten Umgang mit Sprache“ als wichtige Zugangsvoraussetzung.

Auch in anderen Studien wird die „sprachliche Qualifikation“ als Element der Professionalität besonders häufig genannt. Der Chefredakteur einer Regionalzeitung macht deutlich, dass die Redaktion „Muttersprachler:innen oder auf deren Niveau schreibende Journalist:innen“ suche (Horz et al., 2020, S. 40). In der Befragung von Oulios (2006, S. 129) gibt RTL-Nachrichtenchef Peter Kloeppel in der Befragung zu Protokoll, die erforderliche Qualifikation – fehler- und akzentfreies Deutsch zu schreiben und sprechen – sei bei jungen Bewerber:innen mit Migrationshintergrund nicht immer vorhanden.

Pöttker (2016, S. 66) bestätigt in einer Befragung von Chefredakteur:innen, dass das „perfekte Beherrschen der deutschen Sprache“ als wichtiges Auswahlkriterium gilt, ebenso das „Ausdrucksvermögen“ (S. 73). Die meisten Befragten äußern darin, wie wichtig Sprachkenntnisse für die Berufsausübung wären – die mangelhafte Beherrschung der deutschen Sprache und Orthografie sei dagegen ein „externes Kernproblem“ für die Einstellung von Migrant:innen in Printredaktionen.

Interessant ist, dass sich diese Erwartung der Medienhäuser auch bei möglichen Bewerber:innen niederschlägt: In einer Befragung von Jugendlichen ermittelte Pöttker (2016, S. 136), dass 31,8 Prozent der Jugendlichen mit Migrationshin-

tergrund den Faktor „schlechte Noten in Deutsch“ als sehr wichtig bzw. wichtig für die Entscheidung gegen den Journalistenberuf bewerten, bei den Mitschüler:innen ohne Migrationshintergrund sind es nur 20,6 Prozent. Bemerkenswert ist hier vor dem Hintergrund der deutlich formulierten Erwartungshaltung in Medienunternehmen jedoch, dass – unabhängig vom Migrationshintergrund – 77,6 Prozent der Befragten diesen Aspekt als „nicht so wichtig“ oder „gar nicht wichtig“ einstufen.

Auch Journalismusschulen erwarten ausgeprägte Sprachfertigkeiten: In den Bewerbungsverfahren werden oftmals geschriebene Texte in Form von Reportagen oder journalistischen Features erwartet, die hohe Sprachfertigkeiten voraussetzen (Borchardt et al., 2019, S. 27). Viele Chefredakteur:innen bestätigen dies: Um Komplexität zu reduzieren, müssten Journalist:innen Sprache sehr effektiv einsetzen und Nuancen im Ausdruck steuern können, meint beispielsweise der frühere Leiter der Henri-Nannen-Schule, Andreas Wolfers (Borchardt et al., 2019, S. 27). Henriette Löwitsch, die Leiterin der Deutschen Journalistenschule, beschreibt Journalismus in derselben Umfrage als besonders „textfokussiert im Lesen wie im Schreiben“.

Dagegen wird der Vorteil, eine andere Sprache als Deutsch zu beherrschen, insbesondere eine Sprache von Menschen mit Migrationshintergrund, seltener genannt (Pöttker, 2016, S. 69): Es wäre „klasse, jemanden mit so einer Erfahrungswelt bei uns zu haben (...), der die Sprache richtig gut kann und bei bestimmten Themen auch mal andere Fragen stellen kann“. Als positive Argumente für die Anstellung von migrantischen Journalist:innen nennen Chefredakteur:innen in der Befragung von Pöttker et al. außerdem eine mögliche Repräsentation durch Journalist:innen mit Migrationshintergrund: „Wenn ich weiß, da habe ich 50 Prozent der Bürger mit türkischem Migrationshintergrund, dann würde ich sagen, Mensch, lass uns mal sehen, dass wir einen türkischen Lokalchef berufen“, sagt beispielsweise NRZ-Chefredakteur Rüdiger Oppers (Pöttker et al., 2016, S. 71).

5.3 Redaktionskultur

Die Kultur in deutschen Redaktionen fördert Diversität nicht, im Gegenteil: Fehlende strategische Ziele, „journalistische Wissensarroganz“ auf der einen Seite und die Sorge, „nicht hineinzupassen“ auf der anderen Seite stehen dem Berufserfolg von Journalist:innen diverser Herkunft im Wege. Journalist:innen werden beruflich „auf ihre Herkunft reduziert“, statt Chancen neuer Perspektiven zu nutzen. Dass Diversität nicht als strategische Priorität bearbeitet wird, liegt zudem an konkurrierenden Prozessen, insbesondere den Herausforderungen der Digitalisierung – wenn auch die Erhöhung der Diversität eine Antwort auf die Herausforderungen der digitalen Disruption sein könnte.

Sven Gösmann (dpa) sagt in der Befragung von Borchardt et al. (2019, S. 44): „Wir reden seit Jahren über Vielfalt, aber wir leben sie nicht.“ Auch die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2020, S. 4) stellen fest, dass zwei Drittel der deutschen Chefredakteur:innen Diversität unterstützen, „konkrete Maßnahmen und Strategien zur Gewinnung von Personal mit Einwanderungsgeschichte bleiben jedoch nach wie vor die Ausnahme“.

Horz et al. (2020, S. 40) bemerken, dass sich zahlreiche öffentlich-rechtliche und privatkommerzielle Rundfunksender dem Nationalen Aktionsplan Integration der Bundesregierung von 2012 angeschlossen hätten. „Geschehen ist seither jedoch wenig in dieser Hinsicht.“ Eine „konsistente Diversitätsstrategie [...] ist [dennoch] nicht erkennbar“ (S. 41). In der Befragung von Chefredakteur:innen kann „keiner der befragten Medienverantwortlichen [...] ein stringentes Diversity-Konzept für sein Haus vorweisen“.

Diese Besorgnis teilen in der Befragung auch Journalismusstudierende und Volontär:innen: Ihrer Meinung nach ist es eine Sache, ein paar Moderator:innen zu haben, deren ethnischer Hintergrund sichtbar ist. Eine ganz andere Sache ist es, den Rest der Nachrichtenredaktion zu betrachten und festzustellen, ob Vielfalt ein natürlicher Bestandteil der Berichterstattung, der journalistischen Routinen und der Nachrichtenagenda ist.

In der Befragung von Borchardt et al. (2019, S. 44) sahen Student:innen den journalistischen Habitus als abschreckend für potenzielle Kandidat:innen. Ein Student nannte ihn „journalistische Wissensarroganz“ – ein Begriff, der den „alten Journalismus“ charakterisiert, in dem der allwissende Chefredakteur regiert. Zu wenig Verständnis und Respekt erfahren dabei jedoch verschiedene Arten von Wissen, das Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund an den Tisch bringen. Dies bezieht sich ausdrücklich auch auf die Ausbildung: Mehrere Befragte sagten, sie hätten die Sorge gehabt, nicht „hineinzupassen“. Das System fresse Diversität auf,⁶ oftmals sei die Verpflichtung zur Diversität nur ein Lippenbekenntnis.

Auch Andraczek (2021, S. 21) bezieht sich auf das Habitusproblem: „Weniger greifbar, aber vermutlich ebenso wirkmächtig sind milieuspezifische Einstellungen und Werte, die den Zugang zum Journalismus begünstigen oder blockieren können.“

Dies führt auf der anderen Seite dazu, dass Journalist:innen mit Migrationshintergrund sich anpassen: In der Befragung von Horz et al. (2020, S. 43) berichtet ZDF-Chefredakteur Peter Frey: „Aber die Frage ist, wie viel in Führungszeichen Minderheitenstatus eigentlich übrig bleibt, wenn jemand in einem so etablierten Medium und in einer so exponierten Situation arbeitet. [...] Und gleichzeitig verliert sie so ein bisschen den Status und die Rolle und die Funktion, eine Minderheit zu repräsentieren. Aber auch dieses Phänomen beobachte ich nicht nur bei Menschen mit muslimischem, türkischem, arabischem Hintergrund. Das beobachte ich auch bei Ostdeutschen.“ Dies lässt auf eine Redaktionskultur schließen, in der Anpassung und nicht Betonung von Unterschieden gelebt wird.

Auch Horz et al. (2020) befragten mehrere Chefredakteur:innen in Tiefeninterviews. Während sie dort grundsätzlich die Auskunft erhalten, dass Journalist:innen mit Migrationshintergrund auch Themen setzen könnten, schränken sie ein, dass es dazu überhaupt Migrant:innen in den Redaktionen geben müsste.

Einwanderersprösslinge (sic) würden nach Oulios (2006, S. 131) „thematisch auf ihre Herkunft reduziert“. Journalist:innen mit Einwanderungshintergrund berichteten zudem, dass Hindernisse für ihre berufliche Karriere aufgrund ihrer kritischen Berichterstattung entstünden. Das bedeute zum Beispiel, dass sie bei der Vergabe von Positionen trotz Qualifikation nicht berücksichtigt würden oder dass sie Storys nicht verkaufen könnten.

Oulios (2006) fordert: „Journalistinnen und Journalisten sollten den Leistungsmythos kritisch hinterfragen.“ Wie in jedem Beruf zähle auch im journalistischen Metier selbstverständlich Leistung. „Es ist nicht immer ausschließlich die Qualifikation entscheidend für die Chancen in diesem Beruf. Und daher ist eine Sensibilisierung nötig.“ Oulios regt an, ein System von Mentor:innen in Redaktionen aufzubauen, um Lernprozesse zu ermöglichen und Anlaufschwierigkeiten migrantischer Journalist:innen zu überwinden.

Hinzu kommt die Schwierigkeit, mehrere Veränderungsprozesse nebeneinander zu bewältigen: Der Nachrichtenchef von Sveriges Radio, Olle Zachrisson, sagte in der Befragung von Borchardt et al. (2019, S. 36): „Es gab so viel Fokus auf die digitale Transformation in den vergangenen Jahren, dass die Frage von Diversität zur Seite treten musste.“

Aus der Forschung ist bekannt, dass sich die ökonomischen Rahmenbedingungen erheblich negativ auf die Entwicklung von Diversity in öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen auswirken und dass das neoliberale Paradigma insgesamt zu einer Schwächung von Gruppenrechten beigetragen hat (Horsti & Hultén 2010, siehe Kapitel 2, zitiert nach Horz, 2020, S. 44).

Zu erwähnen ist außerdem die Parallelität der Veränderungsprozesse: Der wirtschaftliche Druck verpflichtet Unternehmen auch, digital zu transformieren. Der Fokus vieler Führungskräfte liege damit, wie die Befragung von Borchardt et al. (2019) zeigt, vor allem auf der digitalen Transformation, die Steigerung von Diversität rutscht auf der Prioritätenliste nach unten.

Borchardt et al. (2019, S. 63) halten es vor diesem Hintergrund auch für wichtig, den Blick darauf zu lenken, Menschen im Beruf zu halten. Burnout systematisch zu verhindern und gleichzeitig über Personalentwicklungswerkzeuge Karriereperspektiven aufzuzeigen, sind dafür wichtig.

⁶So wie die „culture“ die „strategy“ zum Frühstück isst.

5.4 Image

Die Vertrauenskrise des Journalismus verringert auch seine Anziehungskraft auf potenzielle Mitarbeiter:innen. Arbeitssuchende finden es „nicht mehr cool“, Journalist:in zu werden.

Junge Menschen vertrauen den aktuellen Medien laut Reuters Digital News Report deutlich weniger als früher (Newman, 2022). Wenn junge Menschen klassischen Medien weniger vertrauen, sinkt auch deren Attraktivität als Arbeitgeber: Warum für ein Unternehmen arbeiten, dem man nicht vertraut?

Borchardt et al. (2019) protokollieren in ihrer Umfrage unter Chefredakteur:innen sowie Ausbildungsleiter:innen von Journalistenprogrammen die Einschätzung von Malin Picha Edwardsson, die die Journalismusprogramme der Södertörn-Universität leitet: „Arbeitssuchende finden es nicht mehr cool, Journalist zu werden.“ In der Umfrage berichten viele, dass Bewerberzahlen sinken.

Hinzu kommen die veränderten Gewohnheiten und Erwartungen einer Generation jüngerer Bewerber:innen: Die ausgewogenere Balance zwischen Privatleben und Beruf macht Journalismus mit seiner 24/7-Mentalität weniger attraktiv.

Aus Sicht von Chefredakteur:innen in Nordrhein-Westfalen (Pöttker, 2016, S. 59) schätzen auch viele Menschen mit Migrationshintergrund das Berufsfeld des Journalismus als „wenig attraktiv“ ein. Sie vermuten, dass „gerade Migranten“ eher zu Berufen wie Arzt oder Ingenieur und weniger zum Journalismus tendieren würden. Ein Teil der Erklärung sei „das fehlende Interesse an deutschen Medien“, aber auch „die erste Generation“, also die Eltern, würde „noch ein Wörtchen mitreden und sich anschauen, ist das ein handfester Beruf“. In der Abwägung sei ein türkischer kluger Junge besser beraten, Diplomingenieur zu werden als Journalist.

Aus einer Befragung von Jugendlichen durch Pöttker et al. (2016, S. 137) wird deutlich, dass diese Vermutung stimmen könnte: 28,3 Prozent der Jugendlichen mit Migrationshintergrund werten das Ansehen des Journalistenberufs als wichtigen Aspekt bei der Berufswahl, während es bei nicht migrantischen Jugendlichen nur 20,1 Prozent sind.

Pöttker schließt daraus, dass Jugendliche mit Migrationshintergrund im Journalismus ein geringes berufliches Ansehen vermuten könnten.

5.5 Fehlende Vorbilder

Gerade in den Gruppen, die Diversität in Redaktionen erhöhen können, fehlen Vorbilder, die den Journalistenberuf attraktiv machen. Auch Lehrpersonal in der Ausbildung ist oft nicht divers besetzt.

Auf der einen Seite fehlt das Vertrauen, auf der anderen Seite fehlen Vorbilder: Manche Berufe sind Familiensache, Jugendliche orientieren sich in ihrer Berufswahl durchaus an Vorbildern aus der Familie oder dem näheren Umfeld. Wenn bestimmte gesellschaftliche Gruppen in unseren Newsrooms nicht vertreten sind, fehlen in diesen Gruppen auch Vorbilder, die eine Berufsentscheidung beeinflussen könnten. Borchardt et al. (2019, S. 29) zitieren die BBC-Direktorin Katie Lloyd: „Wenn Sie in Gemeinschaften gehen, in denen niemand in ihrer Familie, niemand, den sie kennen, kein Elternteil eines Freundes ist im Journalismus oder in den Medien tätig, warum also sollten Sie das jemals als Beruf in Betracht ziehen?“ In Gesprächen mit Journalismusstudierenden finden Borchardt et al. weitere Belege für diese These: Die Befürchtung, „nicht hineinzu passen“ in eine Redaktion, weil der persönliche Hintergrund sich unterscheidet, wird von Befragten bestätigt.

In bestimmten Gruppen der Gesellschaft ist die negative Prägung besonders markant. In der Umfrage von Borchardt et al. (2019) beschreibt die Leiterin der Journalismusausbildung der Londoner City Universität: „Ich denke, es ist manchmal auch eine Familiensache. Eltern aus bestimmten Schichten, zum Beispiel aus ärmeren Einwandererfamilien, sehen das [den Journalismus] nicht als eine respektable und verlässliche Art, seinen Lebensunterhalt zu verdienen.“

Das Problem schlägt sich auch in der Journalismusausbildung nieder: Oftmals ist das Lehrpersonal nicht divers besetzt, wie auch Suzanne Franks von der City Universität von London in der Befragung von Borchardt (2019, S. 38) sagt: „Ich

5.6 Wirtschaftliche Gründe

Die wirtschaftliche Situation von Medien und Journalist:innen hat sich verschlechtert. Damit verliert der Beruf an Attraktivität. Der Berufseinstieg wird für jene schwieriger, die ohnehin aus Familien mit geringerer wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit stammen. Unbezahlte Praktika und teure Wohnungen in Städten erschweren den Zugang für Menschen diverser Herkunft.

bin mir dessen sehr bewusst, wenn es um die Einstellung von Personal geht. Wir versuchen, die Vielfalt zu maximieren, wo es möglich ist, und rekrutieren aus dem größtmöglichen Pool.“

Die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2020, S. 7) schlagen daher vor, über neue Formate Talente aus der Migrationsgesellschaft, die bereits erfolgreich in den sozialen Medien publizieren, „professionell in die Produktion der journalistischen Medien einzubinden“.

In der explorativen Journalistenbefragung von Oulios (2006) wünschen sich mehrere Befragte „Identifikationsfiguren mit Migrationshintergrund“, die den Journalismus interessanter machen, und vor allem: bei denen Selbstbewusstsein und Abweichungen zugelassen würden. Er fordert „verstärkt Netzwirkbildung“ und gemeinsame Initiativen, um von Verantwortlichen Einstiegsmöglichkeiten einzufordern.

Auch Michael Klehm vom Deutschen Journalistenverband (DJV) in Nordrhein-Westfalen betont in der Befragung von Pöttker et al. (2016, S. 60), die mangelnde Popularität des Journalistenberufs bei Migrant:innen liege an fehlenden Vorbildern, „Leuchttürmen, die positiv hervorstechen“.

In einer Befragung von Jugendlichen stellen Pöttker et al. (2016, S. 132) fest, dass bei Befragten mit Migrationshintergrund rund ein Drittel (32,1 Prozent) Vorbilder aus dem Journalismus als Motiv für eine Berufsentscheidung nennt. Diese Tatsache „lässt darauf schließen, dass es zur Erhöhung des Anteils von Einwanderern im Journalismus ein effektives Mittel sein könnte, auch an die Eltern von Schülern in der Berufsfindungsphase heranzutreten“, meint Pöttker.

Journalismus war ein Traumberuf, die Aussichten auf eine stabile berufliche Entwicklung in den Medien schwinden jedoch laut Borchardt et al. (2019, S. 9). „Journalismus entwickelt sich zu einem Beruf, den viele Bewerber sich nicht mehr ohne alternativen, soliden finanziellen Hintergrund leisten können“ (Borchardt et al., 2019, S. 10).

Andraczek (2021, S. 18) stellt fest, dass die Ursachen für die Homogenität vieler Redaktionen nicht allein in der fehlenden Motivation von Menschen aus den unterrepräsentierten Gruppen liegen: Der Weg in den Journalismus beginnt oft mit unbezahlten Praktika. Für Menschen aus wirtschaftlich schwächeren Umfeldern kann allein das problematisch sein. Die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2020, S. 7) fordern daher, Praktika zu bezahlen und Stipendien für Journalist:innen anzubieten, die nicht aus finanziell gesicherten Verhältnissen kommen.

Borchardt et al. (2019, S. 15) gehen so weit, dies ein „feindliches Berufsumfeld“ zu nennen, in dem Talente sich nicht unbedingt entfalten können. „Kinder aus wohlhabenden Familien sind eher in der Lage, sich einen Beruf zu leisten, der viel Idealismus erfordert, aber ein geringeres Einkommen und weniger Sicherheit bietet als andere Berufe. Sozial weniger privilegierte Menschen bleiben außen vor.“ Wenn eine Branche dauerhaft über ihre Krise spricht und Stellenabbau die Berichterstattung beherrscht, verringert dies die Attraktivität des Berufs weiter.

Auch der Deutsche Journalistenverband (DJV) beschreibt die wirtschaftliche Situation düster: „Die Zahl der hauptberuflichen Journalisten

sinkt, die Tarifgehälter der Redakteure bleiben hinter der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung zurück, die Arbeitslosenquote ist überdurchschnittlich hoch und prekäre Arbeitsverhältnisse sind keine Ausnahme“ (Journalist, 2018).

Weischenberg (2006) stellte in seiner Erhebung fest, dass die Zahl der hauptberuflich tätigen freien Journalist:innen sinkt. Er macht dafür vor allem wirtschaftliche Gründe aus: Viele Journalist:innen müssten Nebentätigkeiten nachgehen, weil Medienhäuser sparten.

Brigitte Baetz vom Verein Freischreiber sagt in der Befragung von Pöttker et al. (2016, S. 60), dass insbesondere die gestiegene Freiberuflichkeit im Journalismus Migrant:innen abschrecken könnte: „Das ist eben ein Beruf mit nicht mehr so viel Sozialprestige, und wenn ich aus so einer klassischen Familie komme, dann werde ich vielleicht eher Arzt, oder ich werde Rechtsanwalt oder Ingenieur. Das ist halt dieses klassische Trio.“

5.7 Stadt versus Land

Journalistische Ausbildung und Berufsangebote konzentrieren sich vorwiegend auf Städte (mit hohen Lebenshaltungskosten). Diversität im Regionaljournalismus ist darum eine besondere Herausforderung.

Das Angebot journalistischer Arbeitsplätze konzentriert sich heute vor allem auf Metropolregionen, in denen die Lebenshaltungskosten hoch sind (Borchardt et al., 2019, S. 10). Auf der anderen Seite haben regionale Medien große Schwierigkeiten, Nachwuchs zu finden. In der Befragung von Borchardt et al. (2019, S. 10) berichtet der Chefredakteur der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung (HAZ), Hendrik Brandt, dass Migrant:innen in zweiter oder dritter Generation oft sehr motivierte, herausragende Journalisten seien, aber sich nicht für die Arbeit für eine Regionalzeitung interessierten: „Sie kümmern sich lieber um nationale und internationale Politik.“

Borchardt et al. (2019, S. 42) machen drei Gründe dafür aus, dass die Perspektiven von außerhalb der Städte zu selten Niederschlag finden: Zum einen funktionieren der klassische Ausbildungsweg mit einem Berufsstart bei einer lokalen Zeitung und

einer Weiterentwicklung zu nationalen Marken oft nicht mehr. Denn die Ausbildungsmöglichkeiten im Regionalen nähmen ab, das Einkommen sei niedrig. Zweitens können Berufsanfänger:innen mitmäßigem Gehalt die Wohn- und Lebenshaltungskosten in teuren Städten oft nicht bezahlen, wenn sie nicht über familiäre Mittel verfügen. Drittens konzentriert sich die Berichterstattung der Journalist:innen viel zu sehr auf Städte und vernachlässigt die Denkweise und die Perspektiven der Menschen, die in kleineren Städten und Dörfern leben.

Auch Horz et al. (2020, S. 42) hören in ihren Interviews, dass es schwierig sei, „Journalist:innen aus den Metropolen nach Ostbrandenburg zu locken“. In der Befragung von Kraemer et al. (2021) stammen entsprechend auch rund 60 Prozent der Volontär:innen bei öffentlich-rechtlichen Sendern aus Großstädten mit mehr als 100.000 Einwohner:innen, insbesondere aus den Millionenmetropolen Berlin und München. Im Gegensatz dazu sind elf Prozent der Volontär:innen auf dem Land aufgewachsen (Bevölkerungsanteil: 15 Prozent).

5.8 Barrierefreiheit

Fehlende Barrierefreiheit erschwert den Zugang zu Redaktionen – auf dem Weg zur Arbeit wie in den Medienhäusern selbst.

Für Menschen mit Behinderung ist der Zugang zu Redaktionen oft nicht möglich, weil der barrierefreie Zugang fehle. Schöne (2021) verweist zudem auf die schwierige Lage am Wohnungsmarkt, wo laut Statistischem Bundesamt 2019 nur zwei Prozent aller Wohnungen und Wohnhäuser in Deutschland barrierefrei seien. „Wie sollen hier gehbehinderte Menschen wie ich innerhalb von wenigen Monaten oder Wochen in Medienmetropolen wie München, Köln oder Berlin ein barrierefreies Zimmer finden, das auch noch bezahlbar ist? Fehlende Barrierefreiheit innerhalb des Nahverkehrs macht die Situation zusätzlich nicht einfacher.“

6 Konzentration auf die soziale Herkunft: Diskussion und Zwischenfazit

In den vorausgegangenen Kapiteln wurde versucht, den aktuellen Stand der Forschung zu Diversität im Journalismus zusammenzufassen und Gründe dafür zu finden, dass der Zugang zum Beruf für manche Menschen schwerer ist als für andere. Denn die Diversität in deutschen Redaktionen ist deutlich geringer als die gesellschaftliche – mit Folgen für die Repräsentanz bestimmter Gruppen in den Redaktionen, aber auch mit Folgen für die Berichterstattung.

Deutlich wird bei der Betrachtung, dass die Diversität im Journalismus sich nicht mit einfachen Rezepten erhöhen lässt: Zum einen ist eine Differenzierung zwischen den unterschiedlichen Diversitätsdimensionen nötig, um Zugänge zu erleichtern. Die vorausgegangene Betrachtung zeigt, dass bestimmte Diversitätsdimensionen stärker im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen als andere. Die Frage des ausgewogenen Zugangs zum Journalismus für Menschen unterschiedlichen Geschlechts ist beispielsweise zumindest mit Blick auf Männer und Frauen in Führungspositionen gut dokumentiert und durch die Arbeit des Vereins Pro Quote häufig im Zentrum der Debatte. Ebenso liegen vergleichsweise gute Daten zur Frage der ethnischen Herkunft und Nationalität im Journalismus vor sowie Handlungsansätze zur Verbesserung, für die vor allem die Neuen deutschen Medienmacher:innen eintreten.

Religion und Weltanschauung sind im weitgehend säkularen Deutschland weniger relevant (wenn auch nicht ohne Bedeutung), während das Durchschnittsalter der Redaktionen und die Überrepräsentanz älterer Journalist:innen in Leitungs-

funktionen durch die Verrentung einer geburtenstarken Journalistengeneration in den kommenden Jahren nachhaltige Veränderung erfahren wird. Die sexuelle Orientierung wird durch Zusammenschlüsse von LGBTIQ+-Journalist:innen oder Firmengruppen bearbeitet.

Damit kein Missverständnis entsteht: Bei keiner der zuvor genannten Diversitätsdimensionen gibt es eine solide Datengrundlage, geschweige denn Ansätze deutscher Medien, ausreichend Veränderung anzustreben. Andere Felder werden jedoch gegenüber diesen noch weniger bearbeitet und bedürfen dringender Veränderung. Aus meiner Sicht gilt dies vor allem für die Menschen, die mit körperlichen oder geistigen Beeinträchtigungen leben, und für Menschen mit einer sozialen Herkunft, die sich von der großen Mehrheit der Journalist:innen in deutschen Redaktionen unterscheidet. Es gibt keine sachlichen Gründe, beim Vergleich dieser zwei Dimensionen die eine oder andere mit Priorität zu behandeln: Beide müssen dringend bearbeitet werden. Diese Studie konzentriert sich lediglich aus Kapazitätsgründen auf die Frage der sozialen Herkunft, weil diese eben eine von zwei aus Sicht des Autors deutlich unterdurchschnittlich beleuchteten Dimensionen ist.

Bei der Betrachtung des Forschungsstandes wird zudem deutlich, dass die Frage des Zugangs zum Journalismus nicht einzelne Phasen der Sozialisation von Journalist:innen, der Ausbildung, des Berufseinstiegs oder der Arbeit im Beruf betrachten kann, sondern eine breite Perspektive auf alle Phasen werfen muss. Insofern muss eine genauere Betrachtung den gesamten Berufsweg

einbeziehen, und Handlungsoptionen müssen die Ursachen für mangelnde Diversität in Redaktionen multikausal bearbeiten.

Ein Beispiel: Wenn in Auswahlverfahren Menschen aus diversen Hintergründen in journalistische Ausbildung gebracht werden, scheitern diese häufig im nächsten Schritt. Sie finden entweder keine verlässliche Anstellung in Redaktionen oder werden von der dort vorherrschenden Kultur dazu gedrängt, spezifische Fähigkeiten und Perspektiven gerade nicht zu äußern.

7 Untersuchungsanlage

Um uns der Frage zu nähern, wie sich mehr Menschen aus diverser sozialer Herkunft für den Journalismus gewinnen lassen, haben wir rund 20 leitfadengestützte Gespräche mit Journalist:innen ohne akademischen Abschluss bzw. aus einkommensschwächeren Familien geführt. Ziel der Untersuchung ist, Handlungsoptionen zu ermitteln, um den Zugang zum Journalismus zu vereinfachen.

Bei den Befragungen haben wir die individuellen Stationen des Berufseinstiegs nachgezeichnet, beginnend bei Prägung durch Schule und Elternhaus. Bei Befragten ohne Studium haben wir ermittelt, wie das journalistische Handwerk ohne akademische Ausbildung erlernt wurde. Wir haben die Wahrnehmung von Redaktionskultur und journalistischem Habitus und dessen Wirkung auf die Befragten betrachtet. Zudem haben wir uns nach journalistischen Vorbildern und Netzwerken erkundigt, die auf dem Weg in den Journalismus geholfen haben.

7.1 Stichprobe

Befragt wurden acht Männer und zehn Frauen zwischen 22 und 61 Jahren, die bei regionalen oder überregionalen Tages- und Wochenzeitungen, Rundfunksendern oder Online-Angeboten sowohl frei als auch fest angestellt beschäftigt sind. Die Befragten wurden für die Studie über Posts auf Twitter und LinkedIn sowie durch Empfehlung gewonnen. Die Stichprobe ist keinesfalls repräsentativ. Der Autor hat für diese explorative Sicht aber versucht, eine möglichst breite Palette unterschiedlicher Tätigkeitsfelder und Berufswege abzubilden.

Vier der Befragten arbeiten als Fachjournalist:innen, einige haben über ihr Fachgebiet den Quereinstieg in die Branche geschafft. Fünf von ihnen haben eine akademische Ausbildung beendet, drei haben ohne Abschluss studiert, zehn haben keine akademische Ausbildung. Zwölf von ihnen haben ein Volontariat absolviert, fast ausschließlich bei regionalen Medien, einer hat Journalismus studiert, fünf haben keine journalistische Ausbildung.

Alle Befragten haben entweder selbst nicht studiert bzw. stammen aus einkommensschwächeren Familien, in denen die Eltern nicht studiert haben. Die Stichprobe der qualitativen, explorativen Befragung hat sich ergeben durch Aufrufe (auf LinkedIn und Twitter), Empfehlungen und direkte Ansprache.

Einige der Befragten bringen neben ihrer sozialen Herkunft Diversität in weiteren Dimensionen in die Redaktionen: Zwei der Befragten leben mit Behinderung, drei bringen einen Migrationshintergrund mit, vier stammen aus Ostdeutschland.

7.2 Durchführung und Auswertung der Gespräche

Die Gespräche wurden zwischen November 2022 und März 2023 über Videokonferenzen durchgeführt. Jedes Gespräch dauerte zwischen 60 und 120 Minuten. Zugrunde lag ein Leitfaden (siehe Anlage). Die Gespräche wurden aufgezeichnet und transkribiert. Die Auswertung erfolgte entlang der unterschiedlichen Phasen von Sozialisation, Ausbildung und Berufseinstieg.

8 Ergebnisse

Eine zentrale Erkenntnis sowohl der bisherigen Forschung als auch der vorliegenden Befragung ist, dass sich der Einstieg für Menschen diverser sozialer Herkunft nicht durch punktuelle Intervention vereinfachen lässt: Es liegt beispielsweise nicht „allein“ am Modus der Bewerberauswahl für Journalismusschulen oder Volontariate, dass Menschen aus einkommensschwächeren Familien oder ohne Studienabschluss den Weg in den Journalismus nicht einschlagen. Vielmehr geht es darum, den Einstieg in den Beruf ganzheitlich zu betrachten – von Präkuren in Schule und Elternhaus über erste Berührungspunkte mit dem Journalismus bis hin zur Mitarbeit in Redaktionen.

Ein Trichter (siehe Abbildung nächste Seite), den Medien heute als „Funnel“ häufig einsetzen, um Kundenbindung zu schaffen, verdeutlicht dies: Von oben nach unten bildet er die unterschiedlichen Stationen des Berufseinstiegs der Befragten ab. Links am Rand sind mit Selbstzweifeln, Netzwerken und Finanzierungsfragen durchgehende Faktoren festgehalten, die im Folgenden näher erläutert werden. Die von oben nach unten zeigenden Linien markieren Verläufe, je dicker, desto häufiger.

Der Berufseinstieg erfolgt über mehrere Stationen, an denen sich jeweils entscheidet, ob Menschen den Weg in den Journalismus einschlagen. Entlang dieses Funnels sollen auch wichtige Erkenntnisse zusammengefasst werden. Ich habe Aussagen dafür geclustert, um Tendenzen herauszuarbeiten: Einzelne zitierte Aussagen stehen also für mehrere ähnliche Antworten.

Deutlich wird beim Einstieg in den Beruf, dass die meisten Befragten davon profitiert haben, „einfach zu arbeiten“, einen Einstieg über Praktika oder freie Mitarbeit zu finden. Die wenigsten haben den klassischen Weg über die stark nachgefragten Volontariate bei überregionalen Medien, Journalismusschulen oder -studiengänge gefunden. Einigen ist der Seiteneinstieg durch Fachkompetenz gelungen, in der Regel dann in den Fachjournalismus.

8.1 Elternhaus, Umfeld: „Meine Eltern waren fleißige Zeitungsleser“

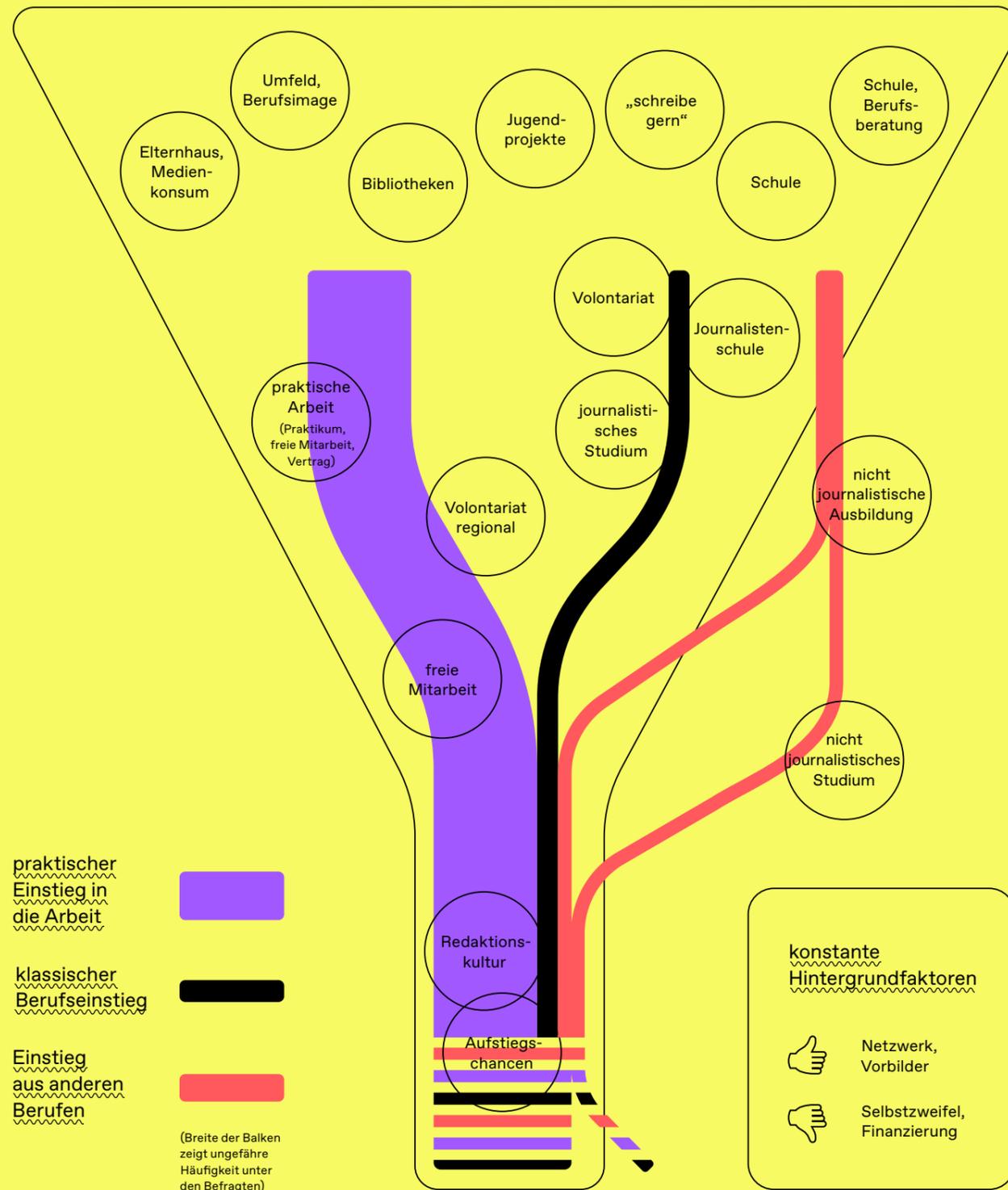
Auffällig ist, dass alle Befragten (mit einer Ausnahme) in ihrem Elternhaus Kontakt zu Medien hatten. Die Tagesschau um 20.15 Uhr (sic!) und eine (meist regionale) Tageszeitung gehörten zum täglichen Medienkonsum. „Als ich mittags zu Hause war, habe ich das Mittagsmagazin geguckt anstatt eine Talkshow oder so.“ Häufig spielten auch politische Diskussionen am Abendbrottisch eine Rolle. Viele Befragte berichten von der Freude am Lesen und Geschichtschreiben, von frühen Besuchen in Bibliotheken oder der Mitarbeit bei einer Schülerzeitung.

Von ihren Eltern erfuhren viele der Befragten grundsätzlich Unterstützung für ihre Berufswahl, gleichzeitig aber berichten einige von den Zweifeln ihres Umfelds, zum einen bezogen auf die wirtschaftlichen Aussichten des Berufs: „Das [die Berufswahl] fanden sie furchtbar, weil es so unsicher ist. Also meine Eltern haben (...) die ersten zehn Jahre mich jeden Monat gefragt, ob ich Geld brauche.“ Oder: „Journalisten in der Türkei haben einen anderen Stellenwert als in Deutschland beispielsweise. Sie sind nicht weniger wertgeschätzt. Aber vor allen Dingen ist das nicht unbedingt ein Beruf, von dem man gut leben kann. Und natürlich war das Bestreben meiner Eltern, gerade mit ihrer Migrationsgeschichte natürlich, dass (wir) Berufe erlernen, die wir zwar gern machen, aber von denen wir auch leben können.“

Zum anderen spielt Image des Berufs spielt eine Rolle: „Mich haben tatsächlich welche beim Abi gefragt: ‚So, was machst du jetzt gleich? Was, Journalistik mit eins null? Warum bist du nicht Rechtsanwalt oder Arzt geworden?‘“

Diese Erkenntnis bedeutet im Umkehrschluss: Schaffen es Menschen ohne Zugang zu Medien im Elternhaus überhaupt in den Journalismus? Auch die vorangegangene Auswertung der For-

Wege in den Journalismus



schungsergebnisse legt nahe, dass dies nicht so ist. Weitere Vertiefung der Forschung wäre allerdings erforderlich, um diesen Faktor näher zu beleuchten.

8.2 Berufswahl Journalismus: „Dafür musst du mit 'nem Polohemd aufgewachsen sein“

Viele Befragte berichten darüber, dass sie die Berufswahl Journalismus nicht in Betracht gezogen haben, weil sie vermeintlich fern ihres Umfeldes lag: „Für mich war Journalismus immer so ein bisschen unerreichbar. Ich habe eigentlich lange gedacht, das ist was für die anderen. Dafür musst du mit 'nem Polohemd aufgewachsen sein.“

Vielen fehlten damit auch Informationen dazu, wie sie Journalist:in werden könnten: „Also, ich habe auch gar keine Vorstellung davon gehabt, was Journalismus sein könnte, oder?“ Oder: „Ich hatte vorher ehrlich gesagt kein klassisches, kein richtiges Bild davon, wie denn so eine Redaktion arbeitet.“

Im Klartext: Die Berufswahl „Journalist:in“ wird nicht etwa abgelehnt, sondern gar nicht in Betracht gezogen, weil die Befragten sie häufig für unerreichbar halten – „das ist nichts für mich“. Der Ansatz für Veränderung liegt also vor der Überzeugung für die eine oder andere berufliche Entwicklung: Der Journalismus steht überhaupt nicht auf dem Menü junger Menschen, die nicht studiert haben oder die aus Familien mit niedrigem Einkommen stammen.

8.3 Netzwerke

Die Befragung zeigt auch, dass häufig Netzwerke fehlen, um den Einstieg in den Beruf zu finden: „Also, ich hatte überhaupt gar kein Netzwerk. Das war auch für mich schwierig. Ich kannte keinen einzigen Journalisten und keine einzige Journalistin. Ich habe mich immer gefragt: Wie zum Teufel wird man Journalist? Ich weiß gar nicht, wie.“ Das setzt sich auch auf dem

späteren Berufsweg fort mit Wahrnehmungen wie dieser: „Es geht einfach nicht. Ich kriege das nicht hin, ich habe nicht die Kontakte.“

Diejenigen dagegen, die auf Netzwerke zurückgreifen konnten, haben davon in unterschiedlichen Etappen ihres Berufsweges profitiert. „Ich hab dann einfach mal platt rumgefragt, wer Leute kennt im Journalismus. Mein Vater kannte jemanden von der ***-Zeitung (anonymisiert), mit dem er dann Kontakt aufgenommen hat und dann konnte ich ein zweiwöchiges Schülerpraktikum machen.“ Wenn der eigene Vater als Journalist arbeitete, hilft das: „Ehrlicherweise kommt es wieder, das ‚Tochter von‘-Denken. Der Chef von meinem Vater hat mitbekommen, dass ich mich so ein bisschen umschaue, (...) und an dem Abend hatte ich, glaube ich, acht E-Mails von verschiedenen Chefredakteuren in meinem E-Mail-Postfach, die Interesse hatten.“

Viele berichten von dem „einen Redakteur“ bei der Lokalzeitung oder der „engagierten Kollegin, die mir Aufträge gegeben hat“: Es hilft, wenn Redaktionsmitglieder fördern und unterstützen, aus Sicht der Berufseinsteiger:innen also „Gespräche zu führen mit Redakteuren, die sich Zeit nehmen und sagen, hey, das ist wichtig. Also, dass man einfach keine Angst hat, mit Leuten darüber zu reden, wie man etwas macht. Das hilft immer.“ Auch Berufsnetzwerke können helfen: „Also jetzt für meine spezielle Nische, dass ich in die Recherche will, hat mir das Netzwerk Recherche wahnsinnig geholfen.“

8.4 Studium erforderlich? „Das war so was wie Arzt oder Anwalt“

Auch mit Blick auf ein vermeintlich nötiges Studium haben viele Befragte Journalismus als Berufswahl nicht erwogen: „Ich habe das einfach nicht in Betracht gezogen. Das war so was wie Arzt oder Anwalt. Das ist einfach ein Job, da musst du Jura oder Medizin studiert haben.“

Bei einigen Befragten haben auch Berufsberatungen diese Anforderungen vermittelt: „Zu dem Zeitpunkt hatte ich keine Ahnung. Ich war auf einer Realschule und habe der Berufsberaterin gesagt, ich würde Journalismus machen. Und da war sie schon sehr zurückhaltend, weil sie meinte, also da

brauchst du erst mal ein Abitur und dann brauchst du ein Studium.“ Oder: „Mir wurde ja von den Lehrern gespiegelt, was ich machen könnte. Und da wurde mir immer Krankenschwester, Arzthelferin, Sekretärin empfohlen.“

Auf dem Berufsweg müssen sich Bewerber:innen häufig die Frage gefallen lassen, warum sie nicht studiert haben: „Ja, du hast ja nicht studiert, aber wir reden trotzdem mit dir [über eine freie Stelle]. (...) Und das hat schon immer ein bisschen verletzt. Also, ich habe dann immer so gedacht, warum ist das so das erste Kriterium?“ Oder: „Also mir wurde das von meinen Vorgesetzten (...) schon häufiger gespiegelt. Mit Worten, also tatsächlich als Feststellung: Du hast ja nicht studiert und du hast ja auch kein Abitur.“

Das ist interessant, weil sowohl Befragte mit akademischem Abschluss als auch solche ohne sagen, dass sie ohne Studium gute Journalist:innen seien, „weil ich glaube, dass es immer noch Talent braucht. Ob Sie Theologie studiert haben oder ob Sie, sage ich mal, Maurer sind, am Ende ist es irgendwie egal. Klar muss man schreiben können. Aber [eigentlich geht es darum:] Wie gehen Sie mit Menschen um? Haben Sie ein Händchen dafür, irgendwo was rauszukitzeln? Können Sie gut recherchieren? Haben Sie auch ein Bauchgefühl für gute Themen?

Andere Befragte sehen das ähnlich: „Ich habe nicht das Gefühl, dass das, was wir im Studium lernen, irgendwie für mich unabdingbar oder besonders wichtig gewesen wäre. Überhaupt nicht. Ich habe so viel anderes gelernt, als was diese Leute nie lernen werden. Das hat mir viel gebracht und hat mir sehr weitergeholfen.“ Gemeint ist das Aufwachsen in einem sozial schwächeren Umfeld oder eine Berufsausbildung: „Andererseits denke ich: Gut, dass ich nicht studiert habe, weil ich so viel Berufserfahrung sammeln konnte. Und ich glaube, das ist etwas, was total unterschätzt wird.“ Oder: „Das wundert mich dann doch manchmal und ich finde es auch sehr schade, weil ich das Gefühl habe, dass wir damit der neuen Generation und der jetzigen Generation das Gefühl vermitteln, eine Ausbildung und mittlere Reife ist gar nichts wert, weil danach fragt kein Mensch.“

8.5 Finanzierung

Eine riesige Herausforderung für Interessent:innen aus wirtschaftlich schwächeren Familien ist die Finanzierung des Berufseinstiegs: „Also, ich wusste teilweise gar nicht, wie ich es schaffen soll, weil entweder ist es enorm auf meine psychische Gesundheit gegangen oder aufs Portemonnaie.“ Dies erschwert auch die Ausbildung: „Ich hatte den Eindruck, mein Druck ist viel größer als der von Kolleginnen. Auch weil ich meine Eltern nicht anrufen und fragen kann, ob die die nächsten zwei Monate meine Miete bezahlen.“

Der Druck ist immens: „Also, wo dieser finanzielle Druck immer größer wurde für mich, wo ich dann gedacht habe, das geht so nicht mehr und dann war irgendwann wirklich dieser Punkt erreicht.“ Oder: „Das heißt, ich habe von 800 Euro [Praktikumsgehalt] eine Wohnung und Auto bezahlen müssen. (...) Das heißt, ich habe in dem Jahr eigentlich all mein Ersparnis verbrannt, also bestimmt 10.000 Euro oder so.“ Hinzu kommt die oftmals schlechtere Bezahlung von Berufseinsteiger:innen, unabhängig von der Arbeitsqualität: „Ich habe halt einfach erwartet, man wird mich fair bezahlen, was dann aber halt nicht passiert ist. Genau. Und dann habe ich halt immer drum gebettelt: Kriege ich irgendeine Sicherheit, eine Pauschale, vielleicht 1000 Euro im Monat, und dafür arbeitest du für uns. Da war ich kurz vor einem Nervenzusammenbruch, weil ich halt wusste, ich kann mir das nicht mehr leisten. Das geht so nicht mehr.“

Die Familie kann nicht helfen: „Also, ich hatte zu der Zeit schon relativ großen Druck, dass das bei mir dann auch tatsächlich so ein Karriereschritt wird in die richtige Richtung. (...) Wenn man aus so einem Haushalt kommt wie ich: Okay, es hat einem an nichts gefehlt. Aber man hat halt keine Rücklagen.“

Geholfen hat (zum Teil unorthodoxe) Förderung: „Klar, ich hätte kein Volo machen können, wenn mein Programmchef nicht gesagt hätte, okay, du kriegst dein normales Gehalt weiter. Ähm. Das wäre nicht gegangen. Ich musste ja nicht mich finanzieren.“ Ein Ex-Mitarbeiter der Bundeswehr hat sein Übergangsgeld genutzt, um ein Volontariat zu finanzieren: „Man wird von der Bundeswehr, wenn man so rausgeht, als Zeitoffizier sehr weich abgedepotiert finanziell. Ich war gut gepolstert, was dazu beigetragen hat, dass ich mit einer gewissen Entspannung auf die Suche gehen konnte nach einer

Ausbildung.“ Nicht der arbeitgebende Verlag hat schließlich das Volontariat finanziert, sondern das Bundeswehrgeld. Als das endete, endete auch die Anstellung beim Verlag. Ein überregionaler Zeitungsverlag förderte ein Praktikum über Wohnungen: „Bei der ***-Zeitung (anonymisiert) war das nicht unbezahlt, sondern man hat eine Wohnung bekommen, und dann gab es ein Grundgehalt, und dann bekam man aber für seine Texte Geld.“

8.6 Belastung

Mit der finanziellen, manchmal nahezu existenziellen Not wachsen auch die ohnehin vorhandenen Zweifel an der Berufswahl und die enorme Belastung: „Das weiß ich auch von anderen Leuten mit einem ähnlichen Hintergrund: Dass die Leute tendenziell halt wahnsinnig überarbeitet sind und den Eindruck haben, sie müssen sich halt an jeder Stelle irgendwie beweisen, einfach aus dem starken Gefühl heraus, dass man da nicht hingehört, wo man ist, dass man (...) jederzeit abstürzen kann.“ Oder: „Das ist so dieses Gefühl, so richtig doll kämpfen zu müssen, um das, was man bekommt. (...) Das ist natürlich auch anstrengend für einen, aber wir kriegen halt nichts geschenkt.“

Dies führt zu einer Benachteiligung gegenüber Menschen aus einkommensstärkeren Familien, sich eben nicht „nebenher“ um die Finanzierung eines oft langen Berufseinstiegs kümmern müssen. Wenn ein weiteres unbezahltes Praktikum oder ein Auslandsaufenthalt kein finanzielles Problem darstellen, ist der Kopf eben „freier“ für die Ausbildung, als wenn neben der Ausbildung noch die Existenzsicherung erledigt werden muss.

8.7 Bewerbungsverfahren

Viele Einsteiger haben nur wenige klassische Bewerbungsverfahren und -gespräche absolviert – auch, weil sie sich diese oft nicht zutrauen: „Also, wenn du aus einem Milieu kommst, wo Journalismus einfach keine Rolle spielt, dann weißt du ja auch gar nicht, auf was du dich einlässt und was

von dir erwartet werden wird. Und wie sollst du dich dann auf ein Bewerbungsgespräch vorbereiten, wenn du gar nicht weißt, was von dir erwartet werden wird? Also was überhaupt die Kriterien sind oder auch die Aufgaben, die du später haben wirst?“ Oder: „Ich habe es eben nicht versucht über diese, keine Ahnung, Assessment blabla, mich zu bewerben: Vergiss es, da hast du nie 'ne Chance. Es muss auf anderem Wege gehen, habe ich gedacht.“

Wenn sie sich bewerben, sind oder fühlen sie sich oft chancenlos: „Da habe ich mich bei der Nannen-Schule beworben, als Abiturient, komplett ohne Vorstellung davon, was die Nannen-Schule repräsentiert, mit irgendeiner Reportage über den Tee laden bei uns im Dorf. Die war natürlich unendlich schlecht und ich hatte keine Chance, also null Chance, dass man da jemals genommen werden würde.“

8.8 Einstieg in den Beruf

Der Einstieg in den Beruf erfolgte in der Regel über Praktika oder Probearbeit – oft mit einem fließenden Übergang zu freier Mitarbeit: „Also, ich habe dann zum Teil wirklich Urlaubsvertretungen in der Redaktion gemacht und ich habe gemerkt, irgendwie nach ganz kurzer Zeit, das macht mir so viel Spaß, ist eigentlich genau der Job, den du immer machen wolltest.“ Oder: „Und dann irgendwann durfte ich durch einen Zufall, weil jemand krank geworden ist, mal einen Redakteur vertreten. Da haben die gemerkt: Ach, der macht das gar nicht so schlecht. Und dann wurde halt gesagt: Dann mach's halt mal. Und dann habe ich dadurch ein paar Dienste bekommen.“ Volontariate bei regionalen Medien haben sich in einigen Fällen angeschlossen, eine Ausbildung bei überregionalen Medien in dieser Stichprobe dagegen nicht.

Einige Wege führten auch über journalistische Ausbildungen (zum Beispiel Mediengestalter:in) in den Journalismus: „Am Anfang habe ich noch als Redaktionsassistent gearbeitet, der aber redaktionell gearbeitet hat. Und dann irgendwann verging die Zeit und ich habe dann relativ viele Sachen machen können, habe dann zum Beispiel auch Volontäre ausgebildet mit Anfang 20 und habe dann für mich beschlossen, dass ich diesen Weg einfach weitergehen möchte.“

8.9 Journalismus erlernen

Viele Befragte haben Journalismus zunächst „on the job“ gelernt. Manche haben ein Volontariat abgeschlossen oder Seminare besucht: „Ich habe halt sehr viel ‚Learning by doing‘ gemacht. Also ich wusste, ich habe erst nach anderthalb Jahren eine Schulung. Ich habe also anderthalb Jahre nach Beginn meines Volos erst gelernt, was überhaupt eine Reportage richtig ist, was ein Porträt ist, wie man Interviews führt.“ Manche haben parallel versucht, sich fortzubilden: „Währenddessen habe ich dann eine Fernausbildung bei ILS gemacht, was eigentlich voll die Bullshitausbildung ist, weil du kannst dir theoretisch die ganzen Lösungen kaufen. Also, sie hat eigentlich keine Bedeutung, diese Ausbildung, aber mir hat das schon was gebracht, irgendwie.“

8.10 Habitus und Zweifel

Die Berichte über die Redaktionskultur sind durchgehend negativ. Menschen, die Diversität in Redaktionen bringen, fühlen sich oft nicht wertgeschätzt oder wahrgenommen: „Und das nehme ich halt ganz deutlich wahr, dass Redakteure und Redakteurinnen sich so wichtig nehmen und so ernst nehmen, dass eigentlich nur ihr Wort zählt und sie was zu sagen haben. Das finde ich total schlimm.“ Die Befragten beschreiben Kolleg:innen, die auf eine „bestimmte Weise sprechen oder auf gewisse Art und Weise wirken, in Sitzungen usw. Aber dass vieles davon gar nicht offen ist, sondern dass das auf einer unterschwelligeren Ebene letztlich passiert.“ Oder: „Alle, die nicht den Status eines Redakteurs, einer Redakteurin hatten, wurden menschlich nicht angeguckt. Ich fand das furchtbar, dass nicht begrüßt wurde, dass man nicht aktiv mit Menschen geredet wurde, und wollte das immer anders machen.“

Dies verstärkt die Zweifel an der eigenen Position, „dass ich mich unterlegen gefühlt habe. Und wenn wir nicht eine Meinung vertreten haben und ich eine Replik bekommen habe, dass ich dann

sofort nichts mehr gesagt habe, weil ich gedacht habe, na ja, okay, der weiß es sowieso irgendwie besser und ist eh viel schlauer als ich.“

Andere beschreiben „diese Scham, kein Teil von diesem Club zu sein. Ich habe ganz oft das Gefühl gehabt, ich muss mich beweisen.“ Oder: „Ich war sehr, sehr bescheiden und überhaupt nicht selbstbewusst und habe mich immer geschämt: Ich kann das nicht, ich kann das nicht, ich kann das nicht.“ Dieses Motiv findet sich in vielen Antworten: „Ich habe nicht dieses politische Grundwissen, ich habe nicht dieses Netzwerk. Und ich muss ehrlich sagen, ich habe diesen Zweifel irgendwie immer noch da. Wenn ich mir anschau, wer zum Beispiel jetzt dieses Jahr das Volontariat (...) bekommen hat. Dann frage ich mich auch, ob ich da reingepasst hätte.“

Eine Befragte schlussfolgert: „Was Arbeiterkinder angeht, da kenne ich tatsächlich nur superwenige [im Journalismus]. Und die, die Arbeiterkinder sind und es im Journalismus geschafft haben, die sind fast alle einem Burn-out nahe, weil sie sich so wahnsinnig beweisen wollen und ständig das Gefühl haben, nicht mithalten zu können.“

Der immense Druck der „feindlichen“ Redaktionskultur führt zur Anpassung: „Es ist so bildlich, aber da bricht so eine Blume nicht in Asphalt. Also, das ist klar, das ist einfach eine feste Struktur und da passt man sich auch irgendwo an.“

9 Handlungsfelder

Aus den oben wiedergegebenen Beobachtungen ergeben sich – entlang des schon eingeführten Einstiegstrichters – mehrere Felder für Handlungsoptionen.

Hinzu kommt ein Handlungsfeld auf struktureller, gesellschaftlicher Ebene, zum einen hinsichtlich der fehlenden Erfassung von Diversität in Redaktionen, zum anderen mit Blick auf die Akademisierung des Journalistenberufs.

9.1 Elternhaus, Schule, Wissen um den Beruf

Neben Berührungspunkten mit Medien im Elternhaus geht es vor allem um Medienkompetenz in Schulen und noch viel mehr um Jugendarbeit: Projekte wie „Salon 5“ oder „Journalismus macht Schule“ schaffen Verbindungen zum Journalismus und machen den Beruf greifbar. Oulios (2006) regt beispielsweise an, dass Medien verstärkt mit Schulen, Vereinen und Verbänden kooperierten, in denen Einwanderer bzw. deren Nachwuchs vertreten sind.

- Solche Projekte müssen intensiviert, verstetigt und ausgebaut werden, weil sich hier auch Ansatzpunkte für eine aktive Ansprache ergeben können: Wäre das nicht ein Beruf oder zumindest ein nächster, spannender Schritt für dich?
- Schulprojekte müssen vor allem solche Schulen erreichen, die von Schüler:innen besucht werden, die eher wenig Kontakte zum Journalismus haben, damit „aktive Talentsichtung“ gelingen kann.
- Wichtig ist zudem die Frage der „Scharniere“: Wie gelingt es, Menschen, die in solchen Medienkompetenzprojekten erste Berührung zum Journalismus haben, für weitere Schritte zu gewinnen? Ein Netzwerk zwischen den Akteur:innen scheint enorm wichtig, um Übergänge anzubieten und nachzuhalten.

9.2 Praktischer Einstieg in die Arbeit

Ganz offensichtlich ist der eher „zufällige“ Einstieg in den Journalismus, das „Reinrutschen“ in den Beruf, ein Weg, der Menschen aus diverser sozialer Herkunft eher gelingt. Gleiches gilt für Quereinsteiger. Die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2020, S. 7) fordern veränderte Rekrutierungsprozesse: „Sie sprechen proaktiv potenzielle Bewerber:innen of Color an, die bislang außen vor bleiben.“

- Es braucht mehr Möglichkeiten für den praktischen Einstieg in die Arbeit: Redaktionsluft schnuppern, Probearbeiten, längerfristige Mitarbeit.
- Offenbar eignen sich regionale Medien besser als überregionale Leitmedien.
- Kandidaten für solche Einstiege müssen gefunden werden – sie kommen nicht von selbst. Eine Möglichkeit dazu sind die in Handlungsfeld 1 beschriebenen Programme.
- Aktives Recruiting in den jeweiligen Regionen, Präsenz und Dialog mit dem Publikum sind weitere Möglichkeiten.
- Der praktische Einstieg muss begleitet werden durch frühe Aus- und Fortbildung: Was trennt Kommentar und Bericht, was ist eine Reportage, was ist das Recht am eigenen Bild?

9.3 Redaktionskultur

Die Befragung zeigt deutlich: Oft erschwert die Kultur einer Redaktion den Einstieg von Menschen mit diverse Hintergrund massiv. Dasselbe gilt für den Versuch, sie im Beruf zu halten. Pöttker et al. (2019, S. 18) warnen in Bezug auf migrantische Journalist:innen beispielsweise davor, ohne Weiteres Programme zur Einrichtung oder Verbesserung der journalistischen Ausbildung für Migrant:innen

aufzulegen, ohne vorher zu prüfen, ob überhaupt und wo es Medienbetriebe gibt, die an der Aufnahme von Migrant:innen ins Redaktionspersonal überhaupt interessiert sind. Dies lässt sich auch auf die soziale Herkunft übertragen. Die Neuen deutschen Medienmacher:innen (2020, S. 6) fordern, Vielfalt zur Chefsache zu machen – mit klaren Strategien und eindeutigen Zielvorgaben.

- Programme können noch so gut sein – wenn sich Redaktionen nicht aktiv um Wertschätzung, „Willkommenheißen“ und Betreuung kümmern, steigt die Belastung für die Kandidat:innen massiv – so sehr, dass Burn-out oder Ausstieg aus dem Beruf drohen.
- Redaktionen werden die Diversität nur dann erhöhen, wenn sie Kultur aktiv und bewusst verändern.
- Auch jede:r einzelne Mitarbeiter:in einer Redaktion muss sich der Auseinandersetzung mit Diversität, seinen/ihren zum Teil erworbenen Privilegien und damit selbst stellen.
- Es braucht Diversitätstrainings für Redaktionen, die Menschen aus diverser sozialer Herkunft integrieren wollen.
- Zudem können neu gegründete Redaktionen und journalismusnahe Start-ups Umfeldler bieten, die einen einfacheren Einstieg ermöglichen, wenn Diversität als Teil der Redaktionskultur von vornherein strategisch angelegt und gelebt wird.

9.4 Finanzierung

Hauptürde beim Einstieg von Menschen aus wirtschaftlich schwächeren Familien ist die fehlende Finanzierung einer Ausbildung. Entscheidend sind längerfristige Absicherungen auch für „Dürreperioden“.

- Praktikumsentgelte reichen nicht.
- Die freie Mitarbeit beginnt nur langsam und bedeutet oft eine monate- oder jahrelange Arbeit am Existenzminimum unter großem wirtschaftlichem und damit auch psychischem Druck.
- Den entscheidenden Unterschied machen längerfristige Arbeitsverträge, Stipendien oder andere Formen einer regulären, verlässlichen Absicherung.

9.5 Netzwerke, Vorbilder

Die Vernetzung miteinander ist ebenso wichtig wie die Vernetzung mit Mentor:innen, Förderern und Vorbildern – und das über einen längeren Zeitraum.

- Mentorenprogramme geben Berufseinsteiger:innen feste Ansprechpartner:innen. Solche Mentor:innen müssen die spezifischen Schwierigkeiten des Berufseinstiegs kennen und gezielt fördern.
- Netzwerke zwischen Journalist:innen ähnlicher Herkunft können unterstützen und signalisieren: Du bist nicht allein, du gehörst in diesen Beruf.

9.6 Strukturelle, gesellschaftliche Ebene

Neben der direkten Förderung von Menschen, die in den Beruf einsteigen, brauchen zwei Themenfelder aktive politische Kommunikation:

- Zum einen sollte das von Berufsverbänden beschriebene und in der Berufsberatung kolportierte Einstiegskriterium einer akademischen Ausbildung hinterfragt werden: Diese Befragung zeigt, dass die Akademisierung des Journalistenberufs einer größeren Diversität in Redaktionen direkt entgegensteht.
- Zum anderen ist nicht nur bezogen auf die Dimension der sozialen Herkunft ein verlässliches Monitoring der Diversität in Redaktionen wünschenswert, um Handlungsbedarfe und Effekte besser abschätzen zu können.

10 Fazit und ein praktischer Vorschlag

Der Forschungsüberblick und die eigene Studie zeigen: Es gibt keine einfachen Rezepte, um mehr Menschen mit diverser sozialer Herkunft in den Beruf zu bringen. Das Thema ist hochkomplex und bedarf einer ganzheitlichen Perspektive. Programme können also nicht lediglich bestehende Angebote kopieren, während sie sich an andere Zielgruppen richten: Es bedarf eines grundlegend veränderten Ansatzes, der ganzheitlich und vernetzt denkt, um das Thema zu bearbeiten.

Diversität wird sich weder verordnen noch von heute auf morgen verändern lassen. Viele deutsche Redaktionen und Medienhäuser stecken bereits in umfassenden Veränderungsprozessen, beispielsweise, um dem digitalen Wandel zu begegnen. Während manche Kolleg:innen bereits ermüdet sind von „Change“ und „Transformation“, ist die Erkenntnis zweifelsfrei: Deutsche Medien stehen erst am Anfang dieser Umwälzung. Und nun auch noch Diversität?

Ja, denn Diversität ist kein „weiterer Prozess“, keine „zusätzliche Aufgabe“, sondern eng mit der ohnehin anstehenden Veränderung verbunden. Diverse Teams sind, das zeigt die aktuelle Forschung, kreativer und innovativer. Und verloren geglaubte Publikumsgruppen lassen sich eben nicht zurückgewinnen, wenn immer dieselben Menschen versuchen, unterschiedliche journalistische Angebote zu machen.

Komplexität darf keine Ausrede dafür sein, nicht zu handeln: „Every little helps.“ Alle Akteur:innen sollten sich ermutigt fühlen, die Erkenntnisse dieser Studie auch in Teilen umzusetzen. Im Folgenden versuche ich, einen Ansatz zu beschreiben, der an mehreren Stellen des oben eingeführten Funnels versucht, Veränderung zu bewirken.

10.1 Stipendiennetzwerk soziale Herkunft

Ein neues Netzwerk aus Akteur:innen versucht, Menschen diverser sozialer Herkunft für den Journalismus zu gewinnen. Dieses Netzwerk agiert auf drei zentralen Feldern:

a. Recruiting

Mit aktivem Recruiting werden Menschen entdeckt, die Journalismus diverser machen: deutlich jünger als heute und aus einem deutlich breiteren Spektrum an Bildungswegen und Herkunft. Das Recruiting beginnt daher schon früh – an Schulen, bei Jugendprojekten und in Zusammenarbeit mit Projekten wie „Journalismus macht Schule“, „Lie Detectors“ oder der Correctiv-Jugendredaktion „Salon 5“ – ein Netzwerk von Unterstützerorganisationen. Über erste journalistische Erfahrungen (beispielsweise „Salon 5“) oder Hospitationen in Partnerredaktionen wird die Basis für die Entscheidung gelegt, sich auf einen Einstieg in den Beruf einzulassen.

b. Einstieg in den Beruf

Teil des Netzwerkes sind auch Medienunternehmen, die Diversität aktiv erhöhen wollen. Sie bieten die Möglichkeit zur bezahlten Probearbeit in ausgewählten Redaktionen. Im Anschluss kombiniert ein bezahltes Stipendium Workshops und Seminare mit berufspraktischen Stationen in den Partnerredaktionen. Das Stipendium ist seiner Dauer nach anderen Journalismusausbildungen ähnlich (zwei Jahre) und sollte von Inhalt und Struktur in der Branche als einem Volontariat gleichwertig wahrgenommen werden.

Auch in der Organisation des Curriculums muss sich das Ziel, Vielfalt in Redaktionen zu vergrößern, wiederfinden: Inhalte sollten von „role models“ vermittelt werden, Menschen, die selbst für Diversität im Journalismus stehen. Auch die Inhalte stehen für den Aufbruch im Journalismus: Neben cross-medialem journalistischem Handwerk geht es um Erfolgsfaktoren für die Positionierung der eigenen Medienmarke auf digitalen Plattformen und Produkt- wie Organisationsinnovation im Journalismus, Unternehmensgründung und Finanzierungsfragen.

Berufspraktische Stationen finden in Partnerredaktionen statt. Die sorgfältige Auswahl ist entscheidend: Partnerredaktionen müssen Vielfalt wollen und aktiv Schritte ergreifen, diese in ihren Redaktionen verbessern zu wollen. Ein solches Diversitätstraining ist Voraussetzung für die Teilnahme am Programm. Sinnvoll ist dazu auch der Einsatz von Mentoren, die die besonderen Bedürfnisse von Menschen mit neuen Zugängen zum Journalismus berücksichtigen und ihre Position stärken.

c. Begleitung „on the job“

Dem Ziel, einen Zugang zum Journalismus für Menschen zu schaffen, die sich bisher in Redaktionen kaum repräsentiert sehen, steht ein Versprechen gegenüber, diesen Menschen auch Beschäftigung zu sichern: Es wäre ein Desaster, wenn sich an die Ausbildung vorwiegend junger Menschen nicht eine adäquate Beschäftigung anschließt. Insofern ist die enge Zusammenarbeit mit Partnerredaktionen ebenfalls für die weitere Beschäftigung der Ausgebildeten entscheidend.

Fortwährendes Feedback sichert die Qualität der Ausbildung und die Passgenauigkeit für die vielfalts- und diversitätsgetriebenen Ziele der beteiligten Redaktionen. Zudem endet die Betreuung der Ausgebildeten nicht mit Ende der Ausbildung: Ein Alumninetzwerk schafft Kontakte untereinander, Mentor:innen begleiten Mentees auch über eine lange Phase nach Ende der Ausbildung.

Dieses Netzwerk ist keine Journalistenschule. Es braucht aber Organisationsstruktur. Abhängig von Gesprächen mit Partnerredaktionen und -projekten sind unterschiedliche Formen denkbar – von einer gGmbH über einen gemeinnützigen Trägerverein bis hin zur Trägerschaft durch ein journalistisches Institut (wie das Haus des Journalismus) oder bestehende Organisationen oder Vereine.

Anhang A

Literaturverzeichnis

Ahyoud, Asisha, Aikins, Joshua, Kwesi, Bartsch, Samera, Bechert, Naomi, Gyamerah, Daniel & Wagner, Lucienne (2020). Wer nicht gezählt wird, zählt nicht. Empirische Forschung zu Schwarzen Menschen in Deutschland. In: WZB-Mitteilungen 169, S. 18. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Verfügbar unter <https://bibliothek.wzb.eu/artikel/2020/f-23315.pdf>, zuletzt abgerufen am 21. September 2022.

Andraczek, Alina (2021). Wer macht Medien? Konzeption und Produktion eines medienjournalistischen Podcast-Formats über Diversität und Berufswege im Journalismus. (Bachelorarbeit im Studiengang Journalistik der Universität Dortmund). Dortmund: Technische Universität Dortmund.

Borchardt, Alexandra, Lück, Julia, Kieslich, Sabine, Schultz, Tanjev & Simon, Felix M. (2019). Are Journalists Today's Coal Miners? The Struggle for Talent and Diversity in Modern Newsrooms – A Study on Journalists in Germany, Sweden, and the United Kingdom. Oxford: Reuters Institute For The Study Of Journalism. Verfügbar unter: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-07/Talent-and-Diversity-in-the-Media-Report_0.pdf, zuletzt abgerufen am 19. September 2022.

Brinkmann, Janis (2013). „Wir haben oft so eine Wagenburgmentalität“. Leitende Redakteure zur Bedeutung von Migranten für den Lokaljournalismus. In: Horst Pöttker & Anke Vehmeier (Hrsg.). Das verkannte Ressort: Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus (S. 259–276). Wiesbaden: Springer VS.

Bundesagentur für Arbeit (2021). Blickpunkt Arbeitsmarkt: Akademikerinnen und Akademiker. 2.12 Publizistik. Nürnberg: Bundesagentur für Arbeit. Verfügbar unter: https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Statischer-Content/Statistiken/Themen-im-Fokus/Berufe/AkademikerInnen/Berufsgruppen/Generische-Publikationen/2-12-Publizistik.pdf?__blob=publicationFile&v=5, zuletzt abgerufen am 22. September 2022.

Charta der Vielfalt (2021). Soziale Herkunft – die siebte Dimension. Verfügbar unter: <https://www.charta-der-vielfalt.de/aktivitaeten/soziale-herkunft-die-7-dimension/>, zuletzt abgerufen am 21. September 2022.

Center for Intersectional Justice & Charta der Vielfalt (2021). Policy Paper: Die Dimension „soziale Herkunft“ in der Arbeitswelt aus einer intersektionalen Perspektive. Verfügbar unter: https://www.charta-der-vielfalt.de/fileadmin/user_upload/Studien_Publikationen_Charta/Policy_Paper_CIJ_Die_Dimension_soziale_Herkunft_in_der_Arbeitswelt.pdf, zuletzt abgerufen am 28. September 2022.

Deutscher Journalistenverband (2015). Berufsbild Journalistin – Journalist. Reihe DJV-Wissen 4. Berlin: Deutscher Journalistenverband. Verfügbar unter: https://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Der_DJV/DJV_Infobrosch%C3%BCren/DJV_Wissen_4_Berufsbild_Journalist_Torstr_JVBB.pdf, zuletzt abgerufen am 16. September 2022.

Dietrich-Gsenger, Marlene & Seethaler, Josef (2019). Soziodemographische Merkmale. In: Hanitzsch, Thomas, Seethaler, Josef & Wyss, Vinzenz (Hrsg.). Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz, S. 51–70. Wiesbaden: Springer VS. Donsbach, Wolfgang (1999). Journalismus und journalistisches Berufsverständnis. In: Jürgen Wilke (Hrsg.). Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland (S. 489–517). Köln, Weimar, Wien: Böhlau.

Edström, Maria (2017). Is There a Nordic Way? A Swedish perspective on achievements and problems with gender equality in newsrooms. *Medijske studije*, 2(3-4).

European Journalism Observatory (2022). Where Are The Women Journalists In Europe's Media? Verfügbar unter: <https://en.ejo.ch/research/where-are-all-the-women-journalists-in-europes-media>, zuletzt abgerufen am 22. September 2022.

Geißler, Rainer, Enders, Kristina & Reuter, Verena (2006). Wenig ethnische Diversität in deutschen Zeitungsredaktionen. In: Rainer Geißler & Harald Pöttker (Hrsg.). *Medienumbrüche*. Bd. 30. Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland (S. 79-118). Bielefeld: Transcript-Verlag.

Hanitzsch, Thomas & Rick, Jana (2021). Prekarisierung im Journalismus. Erster Ergebnisbericht März 2021. München: Ludwig-Maximilians-Universität. Verfügbar unter: <https://www.ifkw.uni-muenchen.de/lehrebereiche/hanitzsch/projekte/prekarisierung.pdf>, zuletzt abgerufen am 29. September 2022.

Hortz, Christian, Bytchev, Hristio & Neumüller, Malin (2020). Wissenschaftlicher Report: Wie divers sind deutsche Medien? Verfügbar unter: https://neuemedienmacher.de/fileadmin/dateien/PDF_Borschueren-Infomaterial-Flyer/20200509_NdM_Bericht_Diversity_im_Journalismus.pdf, zuletzt abgerufen am 21. September 2022.

Husband, Charles (2012). The right to be understood: Conceiving the multi ethnic public sphere. In: *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, Volume 9, 1996-2, 205-215. Verfügbar unter: <https://doi.org/10.1080/13511610.1996.9968484>, zuletzt abgerufen am 21. September 2022.

Isserstedt, Wolfgang, Middendorff, Elke, Fabian, Gregor & Wolter, André (2007). Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in der Bundesrepublik Deutschland 2006. 18. Sozialerhebung des deutschen Studentenwerks durchgeführt durch HIS Hochschul-Informationssystem. Bonn, Berlin: BMBF. Verfügbar unter: https://www.dzhw.eu/pdf/sozialerhebung/18/Soz18_Hauptbericht_internet.pdf, zuletzt abgerufen am 29. September 2022.

Jandura, Olaf, Kösters, Raphael & Wilms, Lena (2018). Mediales Repräsentationsgefühl in der Bevölkerung. Analyse nach politisch-kommunikativen Milieus. In: *Media Perspektiven*, 3/2018, S. 118-128. Frankfurt: ARD Sales & Services.

Journalist (2018). Wie ist die wirtschaftliche Lage von Journalisten in Deutschland? Verfügbar unter: <https://web.archive.org/web/20181129111255/https://www.journalist-magazin.de/news/wie-ist-die-wirtschaftliche-lage-von-journalisten-deutschland>, zuletzt abgerufen am 19. September 2022.

Kaiser, Ulrike (2012). *Arbeitsmarkt und Berufschancen*. Berlin: Deutscher Journalistenverband (DJV). Verfügbar unter: <https://www.djv.de/startseite/info/themen-wissen/aus-und-weiterbildung/arbeitsmarkt-und-berufschancen>, zuletzt abgerufen am 26. September 2022.

Kraemer, Lynn, Tautz, Daniel & Hagemann, Nils (2020). Datenprojekt: Wie divers ist der ARD-Nachwuchs? Bonn: *journalist*. Verfügbar unter: <https://www.journalist.de/startseite/detail/article/wie-divers-ist-der-ard-nachwuchs>, zuletzt abgerufen am 26. September 2022.

Lueg, Klarissa (2012). *Habitus, Herkunft und Positionierung. Die Logik des journalistischen Feldes*. Dissertation Technische Universität Darmstadt. Wiesbaden: Springer VS.

Martinson, Jane (29. April 2018). Pale, male and posh: the media is still in a class of its own. London: The Guardian. Verfügbar unter: <https://www.theguardian.com/media/mediablog/2018/apr/29/journalism-class-private-education>, zuletzt abgerufen am 28. September 2022.

Müller, Daniel (2005). Ethnische Minderheiten in der Medienproduktion. In: Geißler, Rainer & Pöttker, Horst (Hrsg.). *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland*. Problemaufriss – Forschungsstand – Bibliographie (S. 223-237). Bielefeld: Transcript-Verlag.

Newman, Nic, Fletcher, Richard, Robertson, Craig T., Eddy, Kirsten & Kleis Nielsen, Rasmus. Reuters Institute Digital News Report 2022. Oxford: Reuters Institute For The Study Of Journalism. Verfügbar unter: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News_Report_2022.pdf, zuletzt abgerufen am 19. September 2022.

Neue deutsche Medienmacher:innen (2020). Viel Wille, kein Weg. Diversity im deutschen Journalismus. Berlin: Neue deutsche Medienmacher:innen. Verfügbar unter: https://neuemedienmacher.de/fileadmin/dateien/PDF_Borschueren-Infomaterial-Flyer/20200509_NdM_Bericht_Diversity_im_Journalismus.pdf, zuletzt abgerufen am 21. September 2022.

Neue deutsche Medienmacher:innen (2021). Wie deutsche Medien mehr Vielfalt schaffen. Intersektional erweiterte und überarbeitete Online-Version des Guides. Verfügbar unter: www.mediendiversitat.de, zuletzt abgerufen am 29. September 2022.

Oulios, Miltiadis (2006). Weshalb gibt es so wenig Journalisten mit Einwanderungshintergrund in deutschen Massenmedien? Eine explorative Studie. In: R. Geißler & H. Pöttker (Hrsg.). *Medienumbrüche*. Bd. 30. Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland (S. 119-144). Bielefeld: Transcript-Verlag.

Pernegger, Maria (2016). *Menschen mit Behinderung in Österreichischen Massenmedien. Jahresstudie 2015/2016*. Losenstein: MediaAffairs. Verfügbar unter: https://www.bundeskanzleramt.gv.at/dam/jcr:52f18727-d15b-4e91-8efd-f92ddff90f4f/Menschen%20mit%20Behinderungen%20in%20Massenmedien%20Studie%202015-2016_WEB.pdf, zuletzt abgerufen am 29. September 2022.

Pöttker, Horst, Kiesewetter, Christina & Lofink, Juliana (Hrsg.) (2016). *Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft*. Wiesbaden: Springer VS.

Pritchard, David & Stonbely, Sarah (2016). Racial Profiling in the Newsroom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(2), 231-248. doi:10.1177/107769900708400203

Pro Quote (2018). Welchen Anteil haben Frauen an der publizistischen Macht? Eine Studie zur Geschlechterverteilung in journalistischen Führungspositionen. Teil 1: Rundfunk. Hamburg: Pro Quote Medien e. V. Verfügbar unter: https://www.pro-quote.de/wp-content/uploads/2018/11/ProQuote_Medien_Monitoring_online_1.pdf, zuletzt abgerufen am 29. September 2022.

Pro Quote (2019). Welchen Anteil haben Frauen an der publizistischen Macht? Eine Studie zur Geschlechterverteilung in journalistischen Führungspositionen. Teil 2: Presse und Online-Angebote. Hamburg: Pro Quote Medien e. V. Verfügbar unter: https://www.pro-quote.de/wp-content/uploads/2019/11/ProQuote-Studie_print_online_digital-2019.pdf, zuletzt abgerufen am 29. September 2022.

Prommer, Elizabeth, Stüwe, Julia & Wegner, Juliane (2021). Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschrittsstudie zur audiovisuellen Diversität. Präsentation am 5. Oktober 2021. Rostock: Universität Rostock. Verfügbar unter: https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/Sichtbarkeit-und-Vielfalt-Praesentation_5-Oktober2021.pdf, zuletzt abgerufen am 29. September 2022.

Schöne, Andrea (2021). Für barrierefreie Medien. Holt mehr Journalistinnen mit Behinderung in die Redaktion! Berlin: übermedien.de. Verfügbar unter: <https://uebermedien.de/64720/holt-mehr-journalistinnen-mit-behinderung-in-die-redaktionen/>, zuletzt abgerufen am 29. September 2022.

Spilsbury, Mark (2017). Diversity in Journalism. Report for the National Council for the Training of Journalists. Saffron Walden: NCTJ. Verfügbar unter: <https://www.nctj.com/wp-content/uploads/2021/08/DIVERSITY-JOURNALISM-4WEB.pdf>, zuletzt abgerufen am 29. September 2022.

Statistisches Bundesamt (2021). Bevölkerung nach Migrationshintergrund und Geschlecht. Verfügbar unter: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Tabellen/liste-migrationshintergrund-geschlecht.html#116670>, zuletzt abgerufen am 21. September 2022.

Steindl, Nina, Lauerer, Josef & Hanitzsch, Thomas (2019). Die methodische Anlage der Studie. In: Hanitzsch, Thomas, Seethaler, Josef & Wyss, Vinzenz (Hrsg.). Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz, S. 25-50. Wiesbaden: Springer VS.

Stifterverband für die Deutsche Wirtschaft (2020). Chancen für Nichtakademikerkinder. Von der Grundschule bis zur Promotion – soziale (Selbst-)Selektion benachteiligt Nichtakademikerkinder. Verfügbar unter: <https://www.hochschulbildungsreport2020.de/chancen-fuer-nichtakademikerkinder>, zuletzt abgerufen am 22. September 2022.

Vogel, Lars (2020a). Der geringe Anteil Ostdeutscher in den Eliten – ein verkanntes Problem. Universität Duisburg Essen, NRW School of Governance. Verfügbar unter: <https://regierungsforschung.de/der-geringe-anteil-ostdeutscher-in-den-eliten-einverkanntes-problem/>, zuletzt abgerufen am 22. September 2022.

Vogel, Lars & Zajak, Sabrina (2020b). Teilhabe ohne Teilnahme? Wie Ostdeutsche und Menschen mit Migrationshintergrund in der bundesdeutschen Elite vertreten sind. In: DzEZIM Research Notes – DRN #4/20. Berlin: DeZIM-Institut. Verfügbar unter: https://www.dezim-institut.de/fileadmin/user_upload/Demo_FIS/publikation_pdf/FA-5009.pdf, zuletzt abgerufen am 26. September 2022.

Weischenberg, Siegfried, Malik, Maja & Scholl, Armin (2006). Journalismus in Deutschland 2005. Zentrale Befunde der aktuellen Repräsentativbefragung deutscher Journalisten. Media Perspektiven, 2006(7), 346-361. Frankfurt am Main: ARD Sales & Services. Verfügbar unter: https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2006/07-2006_Weischenberg.pdf, zuletzt abgerufen am 22. September 2022.

Anhang B

Leitfaden für Gespräche

1. Einstiegsfragen

Man sagt Journalist:innen gern nach, eine recht homogene Gruppe zu bilden (männlich, weiß, Mittelschicht). Inwiefern trifft das Ihrer Meinung nach zu?

Und inwiefern würden Sie sich selbst als typischen Vertreter Ihrer Zunft bezeichnen?

Was verstehen Sie unter Vielfalt/Diversität...? Können Sie das mal für mich beschreiben?

Ist das was Gutes? Oder empfinden Sie da auch Nachteile, weckt der Begriff negative Konnotationen?

Erzählen Sie bitte zu Beginn etwas mehr über sich selbst, Ihren persönlichen Hintergrund und Ihre Herkunft – was auch immer Ihnen da wichtig erscheint. (Ggf. nachfragen)

2. Motive, Vorbilder

Warum sind Sie Journalist:in geworden? Ggf.: Wie kam es dazu?

Welche Rolle hat Journalismus während Ihrer Schulzeit und in Ihrem Elternhaus gespielt?

Wie haben Ihr Umfeld, Ihre Familie und Freunde auf Ihren Berufswunsch reagiert?

Bitte beschreiben Sie uns doch Ihren Ausbildungs- und Berufsweg – wie sind Sie Journalist:in geworden?

Haben Sie journalistische Vorbilder? Wenn ja, wen und warum?

3. Recruitment-Prozess

Wie gelang Ihnen der Einstieg in den Beruf?

Was hat Ihnen beim Berufseinstieg eher geholfen?

Was haben Sie als besonders herausfordernd empfunden bei Ihrem Berufseinstieg?

Was, vermuten Sie, könnten Gründe gewesen sein, weshalb sich Medienhäuser bei der Beschäftigung für Sie entschieden haben? Zum Beispiel spezielle Kenntnisse, Fähigkeiten, Qualitäten?

Wenn Sie an einem Auswahlgespräch oder Bewerbungsgespräch teilgenommen haben: Wie haben Sie dieses Gespräch erlebt?

Welche Schwerpunkte gab es im Gespräch?

Ist das Gespräch Ihren spezifischen Voraussetzungen, Ihrer Herkunft im weiteren Sinne gerecht geworden?

Wenn Sie an einem Auswahltest oder -verfahren teilgenommen haben:

Wie haben Sie dieses erlebt?

Welche Schwerpunkte gab es?

Ist das Verfahren Ihren spezifischen Voraussetzungen, Ihrer Herkunft im weiteren Sinne gerecht geworden?

Wenn Sie kein Abitur oder keinen Universitätsabschluss haben: Wurde das thematisiert? Was bedeutete das für Ihren Einstieg?

Was würden Sie sich generell wünschen, worauf in Auswahlprozessen geachtet werden sollte? Oder: Welche Auswahlkriterien sollten Ihrer Meinung nach besondere Gewichtung bekommen?

4. Positionierung, Aufgabenfeld in der Redaktion

Dort, wo Sie heute arbeiten: Wie nehmen Sie die Zusammensetzung Ihrer Redaktion wahr? Insbesondere mit Blick auf all jene, die nicht weiß sind und aus der Mittelschicht stammen? (Ggf. nachfragen: soziale Herkunft, Migrationshintergrund, Anteil behinderter Menschen, Frauenanteil)

Versuchen Sie bitte, mir einmal Ihre spezifische Position, Ihre Rolle in der Redaktion zu beschreiben.

Welche Aufgabenbereiche oder Themenfelder haben Sie in der Redaktion übernommen?

Konnten Sie das frei wählen?

Ggf. nachfragen: Inwiefern wird es aber vielleicht auch erwartet, dass ein spezifischer Themenbereich aufgrund des persönlichen Hintergrundes bearbeitet wird?

Sind Ihre persönlichen Fähigkeiten in dem Zusammenhang ausreichend berücksichtigt worden?

Inwiefern haben Sie bisher schon Situationen erlebt, in denen Sie den Eindruck hatten, dass Sie im Vergleich zu Kolleg:innen anders behandelt worden sind, beispielsweise in Bezug auf Honorierung, Fortbildungen, Aufstieg, Festanstellung, Förderung?

Sie haben Ihren besonderen Weg beschrieben – seitdem Sie im Journalismus arbeiten: Haben Sie sich Ihrem Arbeitsumfeld eher angepasst?

Was hilft Ihnen in Ihrer spezifischen Rolle im Berufsalltag? Wer oder was unterstützt Sie vielleicht in Ihrer Arbeit?

5. Redaktionskultur

Wie nehmen Sie insgesamt das tägliche Arbeitsklima und die allgemeine Arbeitskultur in Ihrer Redaktion wahr?

Welche Rolle spielt das Thema Vielfalt in Ihrer Redaktion? Wird fehlende Vielfalt als Problem identifiziert?

Spielt Ihr spezifischer Hintergrund für Ihre Position und Rolle in der Redaktion eine Rolle? Wenn ja, welche? Ggf. nachfragen: Werden Sie genauso ernst genommen, wertgeschätzt wie alle anderen Redaktionsmitglieder?

Würden Sie sagen, dass Vielfalt in der Redaktion Auswirkungen hat – etwa auf die Zusammenarbeit in Ihrer Redaktion bzw. auf die Berichterstattung? Wenn ja, welche?

Welche Rolle spielt es, ob Sie in einem etablierten Medienunternehmen oder einer Neugründung, einem Start-up arbeiten?

6. Schritte für mehr Diversität

Was würde aus Ihrer Sicht helfen, um Redaktionen diverser zu machen?

Welchen Rat würden Sie jungen Journalist:innen mitgeben, die Redaktionen diverser machen können / die anders sind als andere, die in den Journalismus wechseln wollen?

Der Autor



Björn Staschen ist diplomierte Medienwissenschaftler, Journalist und Buchautor. Seit Jahren engagiert er sich aktiv in der Debatte um die Organisation unseres Mediensystems – in Aufsätzen, als Redner und Podiumsgast auf Konferenzen sowie als Experte in Parlamentsausschüssen. Er hat am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (IJK) Hannover studiert und lehrt derzeit unter anderem am Journalistischen Seminar der Universität Mainz. Für die ARD hat er als Fernsehkor-

respondent in London gearbeitet und Formate wie den „TechTalk“ für Tagesschau24 entwickelt. Er leitete und begleitete mehrere Veränderungsprojekte in deutschen und europäischen Medienhäusern. Als Buchautor hat er ein Fachbuch zum „Mobilen Journalismus“ veröffentlicht. Zuletzt erschienen ist sein Buch „In der Social-Media-Falle“, in dem er sich kritisch mit der Rolle von Facebook, Instagram, TikTok und Co. für unsere demokratische Meinungsbildung und unser Mediensystem auseinandersetzt.

Impressum

Herausgeberin: Publix gGmbH
1. Auflage, Dezember 2023

Hermannstr. 184, 12049 Berlin
+49 (0)30 62724559
Angaben gemäß § 5 TMG
Publix gGmbH
Industriestraße 2, 79541 Lörrach
Publix ist eine Initiative der Schöpflin Stiftung.
Vertretungsberechtigte Geschäftsführerin:
Maria Exner
Registergericht: AG Freiburg
Registernummer: HRB 727216
USt-ID gemäß § 27 a UStG: DE355058299
hello@publix.de
www.publix.de

Gestaltung: studio_upstruct

Druck: Pinguindruck Berlin

