

**Diversity in
deutschen
Fernsehnachrichten**



**Bürger*innen, Expert*innen,
Politiker*innen – Wer ist zu
sehen? Wessen Meinung zählt?**

**Eine Auswertung der Nachrichten-
sendungen Tagesthemen (ARD), Heute
Journal (ZDF) und RTL Aktuell (RTL)
vom 1. August bis 30. September 2021**

Ein Projekt von

Inhalt

Warum Diversität in der Wahlkampfberichterstattung selbstverständlich sein sollte	3
Methodik der Datenerfassung	5
Wer ist zu sehen, wer bleibt unsichtbar? Ergebnisse der Untersuchung	8
• Sichtbarkeit von migrantisch wahrgenommenen Menschen in Berichten über Deutschland	8
• Internationales/ Auslandsberichterstattung	13
• Sichtbarkeit von Religionszugehörigkeiten	14
• Sichtbarkeit von Frauen*	14
• Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung	16
Zusammenfassung	18
Fazit und Ausblick	20

Warum Diversität in der Wahlkampfberichterstattung eigentlich selbstverständlich sein sollte

Fernsehsender haben in Deutschland laut Rundfunkstaatsvertrag einen Bildungs- und Informationsauftrag. Sie sollen die Menschen im Land gut informieren. Das gilt sowohl für öffentlich-rechtliche Medien wie für Privatsender. Mit einem wesentlichen Unterschied: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist überwiegend gebührenfinanziert und dadurch weniger angewiesen auf Einschaltquoten und Werbeeinnahmen. Er ist angehalten, die gesellschaftliche Vielfalt abzubilden. Im Rundfunkstaatsvertrag heißt es dazu in §11 Auftrag:

„Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das [...] nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben.“ Und in Absatz 2: Sie haben „bei der Erfüllung ihres Auftrags die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote zu berücksichtigen.“¹

Aber auch für Privatrechtliche gilt laut Rundfunkstaatsvertrag in § 25 Satz:

„Die bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Kräfte und Gruppen müssen in den Vollprogrammen angemessen zu Wort kommen; Auffassungen von Minderheiten sind zu berücksichtigen.“²

Aber wird die Vielfalt der Gesellschaft und ihre Perspektiven in den Nachrichten angemessen repräsentiert? Wie steht es um Diversität in der journalistischen Berichterstattung über das Einwanderungsland Deutschland kurz vor der Bundestagswahl 2021?

In Wahlkampfzeiten, in denen zentrale innenpolitische Themen im Vordergrund stehen, ist es besonders wichtig, vielfältige Perspektiven abzubilden. Denn: wer die künftige Regierung stellt, betrifft wirklich alle Menschen im Land. Wir wollten daher wissen: Wer ist in der heißen Phase des Wahlkampfs in den Nachrichten zu sehen? Wessen Meinungen und Geschichten werden gehört? Oder zugespitzter:

Wer kommt zu Wort in diesem Land, wenn es um die Politik von morgen geht?

¹ https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/RStV_22_nichtamtliche_Fassung_medienanstalten_fina_web.pdf

² Ebenda.

Um das zu analysieren, haben wir exemplarisch zwei Monate lang die Abendnachrichten von drei Sendern angesehen: ARD-Tagesthemen, ZDF-Heute Journal und RTL Aktuell. Uns interessierten die Primetime-Nachrichten bei den öffentlich-rechtlichen, weil fast alle Gebühren dafür bezahlen. Hinzu kam RTL, weil der Sender gerade eine neue News-Offensive gestartet hat. Als Zeitraum haben wir uns die acht Wochen vor und die Woche nach der Bundestagswahl 2021 ausgesucht. Gemeinsam mit Datenjournalist*innen hat unser Team zwei Monate lang beobachtet, wie es um die Sichtbarkeit verschiedener Gruppen steht:

- von migrantisch wahrgenommenen Menschen (Schwarze Menschen, People of Color, Migrant*innen, Ausländer*innen und andere Gruppen)
- von Menschen mit erkennbarer Religionszugehörigkeit
- nach Geschlechterverteilung (männlich, weiblich, nicht-binär)
- und sichtbarer Behinderung.

Wir leben in einer immer diverser werdenden Gesellschaft.

Dass Frauen* etwa die Hälfte der Gesellschaft ausmachen, ist hinlänglich bekannt. Aber auch Migrant*innen und ihre Nachkommen sind längst keine kleine Minderheit mehr. Heute hat über ein Viertel der Bevölkerung einen Migrationshintergrund ³ (27 Prozent). Und das ist nur der Durchschnitt. In westdeutschen Städten ist ihr Anteil deutlich höher, zum Beispiel in Stuttgart 46 Prozent, in Nürnberg 47 Prozent, in Frankfurt 54 Prozent. ⁴

Noch eindeutiger sind die Zahlen bei jüngeren Menschen, die bis zu 18 Jahre alt sind: In Städten wie Hamburg, Düsseldorf und Berlin kommt rund die Hälfte aller Kinder und Jugendlichen aus Einwandererfamilien. In Köln, Stuttgart, Wiesbaden, München, Nürnberg, Hannover sind es schon 60 Prozent, in Frankfurt am Main über 70 Prozent. ⁵

Eine andere Statistik, die Medien im Blick haben sollten: Knapp 10 Prozent der Bevölkerung, also jede*r Zehnte, ist schwerbehindert. ⁶ Aber auch das ist nur ein Durchschnitt. Bei den Über-64-Jährigen, also der Altersgruppe, die am meisten öffentlich-rechtliches Fernsehen schaut, ist es schon jede vierte Person (25 Prozent).

Das sind nur einige Beispiele, die zeigen: Diversität ist die Norm, nicht die Ausnahme.

Für die Berichterstattung heißt das: Zeitgemäßer Journalismus ist diversitätsorientiert. Wollen Medien nicht den Anschluss verlieren und den Rundfunkstaatsvertrag erfüllen, brauchen sie vielfältige Expert*innen und Protagonist*innen. Die Zeiten, in denen nur Geschichten von standarddeutschen Familien erzählt werden konnten und nur (weiße) Männer (ohne Behinderung) als Experten geladen wurden, sind vorbei. Oder sagen wir besser: müssten vorbei sein.

³ <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Glossar/migrationshintergrund.html>

⁴ Quellen: Statistisches Bundesamt sowie Landesämter für Statistik, Stand: 2019/2020, eigene Recherche

⁵ Quellen: Statistisches Bundesamt sowie Landesämter für Statistik, Stand: 2019/2020, eigene Recherche

⁶ https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Gesundheit/Behinderte-Menschen/_inhalt.html

Methodik

Ausgewertet wurden die drei Nachrichtenmagazine: „Heute Journal“, „RTL Aktuell“ und „Tagesthemen“. Zwischen dem 01.08.2021 und dem 30.09.2021 wurde je eine Folge pro Tag mittels einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht.

In 183 Nachrichtensendungen wurden so knapp 4.200 Auftritte von über 2.500 verschiedenen Personen identifiziert. Dabei wurden alle Personen berücksichtigt, die im Bild zu sehen sind und selbst sprechen. Pro Sendung wurde jede Person nur einmal codiert, sie kann jedoch in verschiedenen Sendungen oder an verschiedenen Tagen wiederholt auftreten.

Für die Datenerfassung wurde jede Sendung unabhängig voneinander von mindestens zwei Personen angesehen. Widersprüche wurden anschließend im Team besprochen und geklärt.

Grundsätzlich geht es in dieser Erhebung um die Sichtbarkeit von Minderheiten und marginalisierten Gruppen für das Publikum von Nachrichtensendungen. Analysiert wurden daher in Bild und Ton erkennbare Merkmale. Wir können und wollen nicht abschließend beurteilen, ob jemand tatsächlich einen Migrationshintergrund hat oder mit einer Behinderung lebt oder welches Geschlecht jemand hat. Wir haben stattdessen notiert, ob Personen etwa migrantisch wahrgenommen werden oder eine sichtbare Behinderung haben.

Was wurde gezählt?

Um die Sichtbarkeit verschiedener gesellschaftlicher Gruppen zu messen, wurden Daten der folgenden Kategorien erhoben:

Rolle: Die Personen wurden einer Funktion zugeordnet, in der sie sprechen.
Auswahl aus

- Journalist*innen:
 - **Moderator*in:** Person, die durch die Sendung führt
 - **Kommentator*in:** Journalist*in vom Sender, der*die ein Thema mit persönlicher Meinung kommentiert
 - **Reporter*in:** Journalist*in, der*die nicht Kommentator*in oder Moderator*in ist, z.B. Beitragsautorin im Bild, Korrespondent*in

- Nicht-journalistische Personen:
 - **Politiker*in:** Person, die erkennbar Vertreter*in einer Partei ist, unabhängig davon, ob sie im Zusammenhang mit ihrer Partei auftritt oder nicht
Beispiele: Armin Laschet spricht über das Klimaprogramm der CDU/CSU, Lokalpolitikerin aus Ahrweiler über den Wiederaufbau in ihrer Nachbarschaft nach der Flut
 - **Expert*in:** Person, die wegen ihrer fachlichen Kompetenz zum Thema des Beitrags spricht
Beispiele: Islamismusexperte ordnet die Lage in Afghanistan ein, Christian Drosten spricht über die Corona-Lage im Herbst.
 - **Protagonist*in:** Person, die Anlass der Berichterstattung ist.
Beispiel: Medaillengewinn einer Sportlerin
 - **Bürger*in:** Person im Alltag, die nicht wegen ihrer fachlichen Kompetenz auftaucht, aber eine Sprechrolle im Beitrag hat
Beispiele: Impfverweigerin wird zu ihren Beweggründen befragt, LKW-Fahrer in Großbritannien zu hohen Spritpreisen

Geschlecht: Geschlecht, als das die Person wahrgenommen wird. Auswahl bestand aus männlich, weiblich, nicht-binär, nicht eindeutig zuzuordnen. „Nicht-binär“ bezieht sich dabei auf Menschen, die durch Bild und Ton klar als weder männlich noch weiblich eingeordnet werden können, zum Beispiel durch die Verwendung von Pronomen jenseits von „sie“ oder „er“ und/oder durch (Selbst-) Identifizierung im Beitrag. Unsere Studie erfasst eine explizite Form der Sichtbarkeit, die von der Mehrheit des Fernsehpublikums wahrgenommen würde. Durch diese Kriterien können nicht alle Menschen akkurat abgebildet werden, da Geschlecht nicht eindeutig an äußeren Merkmalen abgelesen werden kann. Eindeutige Aussagen über Geschlecht lassen sich nur dann machen, wenn das Geschlecht der Person (selbst) thematisiert wird. „Nicht zuzuordnen“ beschreibt Menschen, die sich nicht eindeutig einer der drei Kategorien zuordnen lassen. In unserem Analysezeitraum wurde bei keiner Person erkennbar gemacht, dass sie divers, intergeschlechtlich oder nicht-binär ist, und entsprechend wurde auch niemand so zugeordnet. Die Ergebnisse werden daher im Folgenden nach „männlich“ und „weiblich“ aufgeteilt. ⁷

⁷ „Nicht zuzuordnen“ waren zwei Kindergartenkinder mit Sprechrollen

migrantisch/ausländisch: Migrantisch wahrgenommen sind Personen, die als Migrant*innen und ihrer Nachkommen erkennbar sind, Schwarze Personen und People of Color (BPoC, also als nicht-weiss oder standarddeutsch wahrgenommene Menschen). Wir haben den Begriff bewusst weit gefasst: Als migrantisch wahrgenommen zählen zum Beispiel auch Schweizer*innen und andere, die unter „Migrationshintergrund“ gefasst werden, solange das durch Namen, Akzent oder Benennung als ausländisch kenntlich ist. Ausländische Personen sind Menschen in der Auslandsberichterstattung, die nicht in Deutschland heimisch sind. Auswahl aus „ja“, „nein“ und „nicht zuzuordnen“.

Schwarz: Wird die Person als Schwarz⁸ wahrgenommen? Schwarz meint Menschen afrikanischer Abstammung, die außerhalb von Afrika besonders stark von Rassismus betroffen sind. Auswahl aus „ja“, „nein“ und „nicht zuzuordnen“.

Behinderung: Hat die Person eine sichtbare Behinderung?⁹ Dazu zählen alle sichtbaren Beeinträchtigungen, die Menschen an der gesellschaftlichen Teilhabe hindern können. Auswahl aus „ja“, „nein“ und „nicht zuzuordnen“.

Religion: Trägt die Person im Bild erkennbar Zeichen einer bestimmten Religion oder wird sie klar als Mitglied einer Religion identifiziert? Falls ja, welche? Auswahl aus „keine sichtbare Religionszugehörigkeit“, Christentum, Islam, Hinduismus, Buddhismus, Judentum und „nicht zuzuordnen“. Vertreter*innen von Parteien mit einer Religion im Namen gelten nicht automatisch als dieser Religion zugehörig.

Partei: Für Politiker*innen: Welcher Partei gehört die Person an? Auswahl aus „keine erkennbare Parteizugehörigkeit“, „CDU“, „CSU“, „SPD“, „Bündnis 90/Die Grünen“, „Linke“, „FDP“, „AfD“, „sonstige Parteien in Deutschland“ und „nicht zuzuordnen“. Letzteres wurde eingetragen, wenn die Parteizugehörigkeit unbekannt war sowie bei parteilosen Politiker*innen und Politiker*innen internationaler Parteien.

⁸ <https://glossar.neuemedienmacher.de/glossar/schwarze/>

⁹ Ausgewertet wurden behinderte Menschen, die in Bild und Ton erkennbar gemacht wurden. Dazu gehören z.B. Mobilitätsvehikel und andere Hilfsmittel. Andere Behinderungen wurden auch berücksichtigt, wenn sie im Beitrag explizit erwähnt wurden. Konkrete Fälle waren Paralympics-Sportler*innen. Beispielsweise fiel Greta Thurnberg unter diese Definition, da sie mit ihrem Autismus sichtbar in der Öffentlichkeit steht, auch wenn andere Betroffene oft unsichtbar bleiben.

Thema des Beitrags: Die Beiträge wurden bis zu vier Themenbereichen aus einer Liste von 19 Schlagworten zugeordnet. Passte kein Thema, wurde der Beitrag als „anderes Thema/nicht zuzuordnen“ codiert.

Ergebnisse: Wer ist zu sehen, wer bleibt unsichtbar?

Um es vorweg zu nehmen: Die Ergebnisse sind ziemlich eindeutig. Sie zeigen, dass in den Nachrichtenmagazinen von ARD, ZDF und RTL wenig Diversität herrscht. In den acht Wochen vor der Bundestagswahl 2021 und der einen Woche danach kamen überwiegend weiße Männer ohne Behinderung zu Wort.

Die Ergebnisse im Detail:

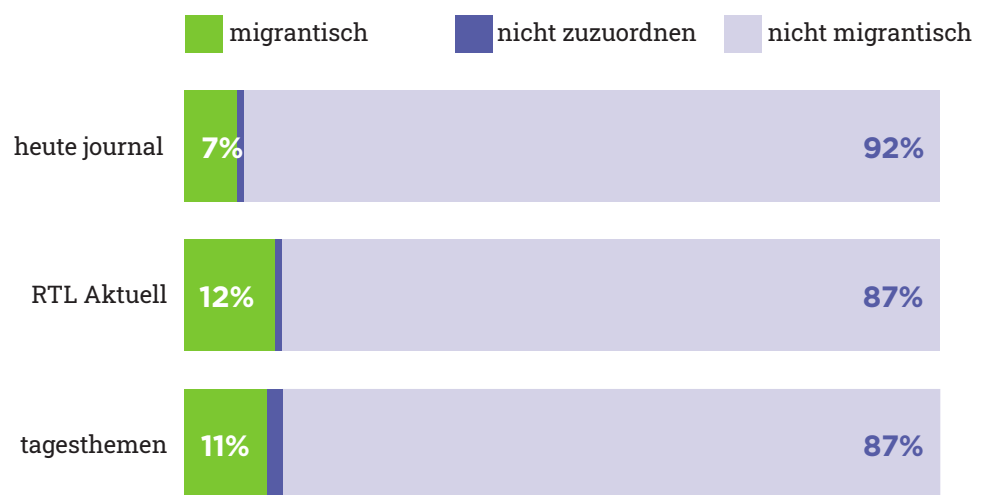
Sichtbarkeit von migrantisch wahrgenommenen Menschen

Gerade einmal zehn Prozent der Menschen, die in den Nachrichten über Deutschland sprechen, sind migrantisch wahrgenommene Menschen.¹⁰ Verglichen mit dem Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund in der Bevölkerung (27 Prozent) sind sie also deutlich unterrepräsentiert. Das gilt auch dann, wenn man berücksichtigt, dass unter den statistisch erfassten 22 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund welche sind, die nicht migrantisch wahrgenommen werden.

Für die jeweiligen Sender fallen die Ergebnisse unterschiedlich aus:

Nur 10% migrantisch wahrgenommene Personen in Nachrichten über Deutschland

Auftritte migrantisch wahrgenommener Personen



¹⁰ Wir können und wollen von Außen nicht entscheiden, ob jemand wirklich einen Migrationshintergrund hat. Deshalb haben wir uns entschieden, alle Menschen zu erfassen, die in der Regel als „nicht-standard-deutsch“ wahrgenommen und „migrantisch gelesen“ werden.

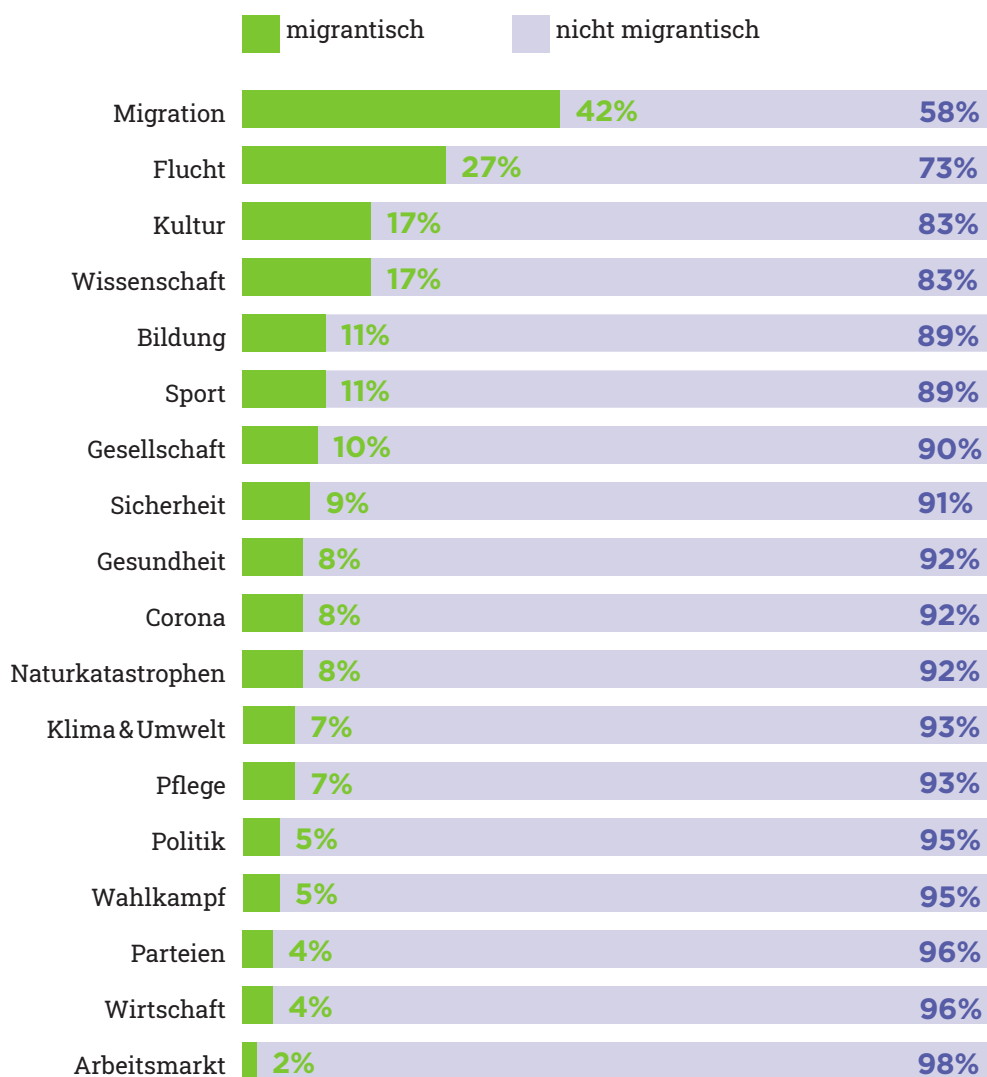
© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

Bei den Themen, zu denen migrantisch wahrgenommene Menschen reden, fällt auf:

Sie äußerten sich besonders oft im Kontext von Migration und Flucht. Bei den üblichen Wahlkampf-Themen wie Arbeitsmarkt, Klima, Gesundheit (Corona), Sicherheit oder Steuern (Wirtschaft) sowie weiteren innenpolitischen Fragen kamen sie dagegen nur am Rande vor (im Durchschnitt 7 Prozent).

Bei welchen Themen kommen migrantisch wahrgenommene Personen zu Wort?

Anteil migrantisch wahrgenommener Personen nach Thema in Deutschland

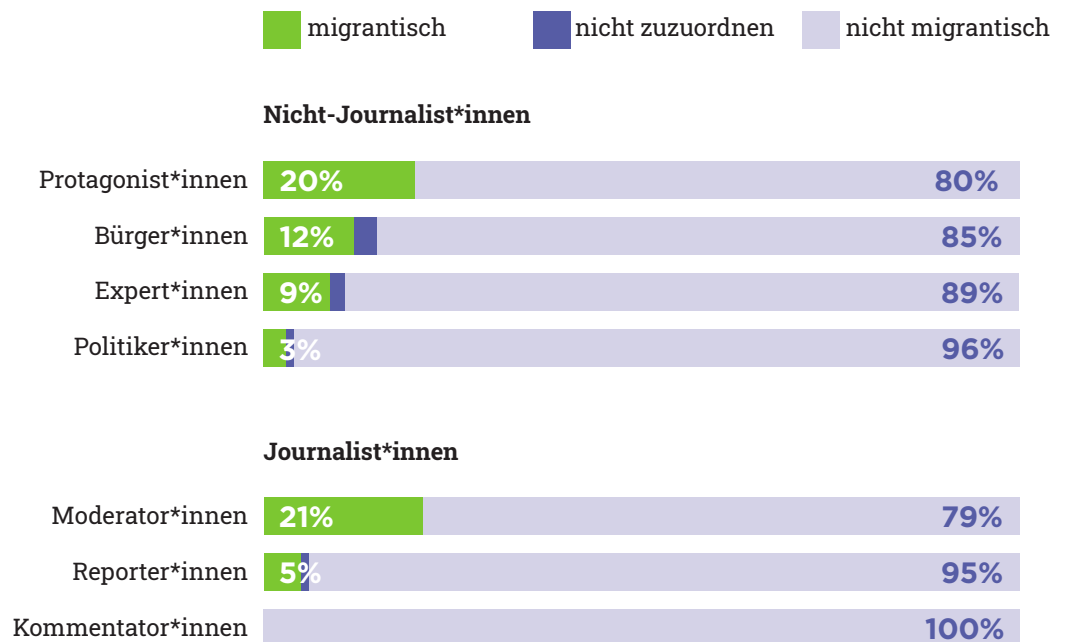


© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

Wenn es um Sichtbarkeit geht, macht es nicht nur einen Unterschied, ob man zu sehen ist oder nicht, sondern auch, in welcher Rolle Menschen zu sehen sind. Stimmen von Bürger*innen stehen in Nachrichten oft stellvertretend für „die Stimmung in der Bevölkerung“. Also für Meinungen oder Erfahrungen, die auch andere Menschen haben können. Ähnlich ist es bei Protagonist*innen journalistischer Berichte: auch ihre Erlebnisse, Fälle und Schicksale stehen oft für eine Reihe von Menschen, denen es ebenfalls so ergeht oder die davon berührt sind. Bleibt eine große Gruppe hier ausgeschlossen, fehlen ihre Erfahrungen und Lebenswirklichkeiten in der Darstellung gesellschaftlicher Realitäten.

Anteil migrantisch wahrgenommener Personen nach Rolle

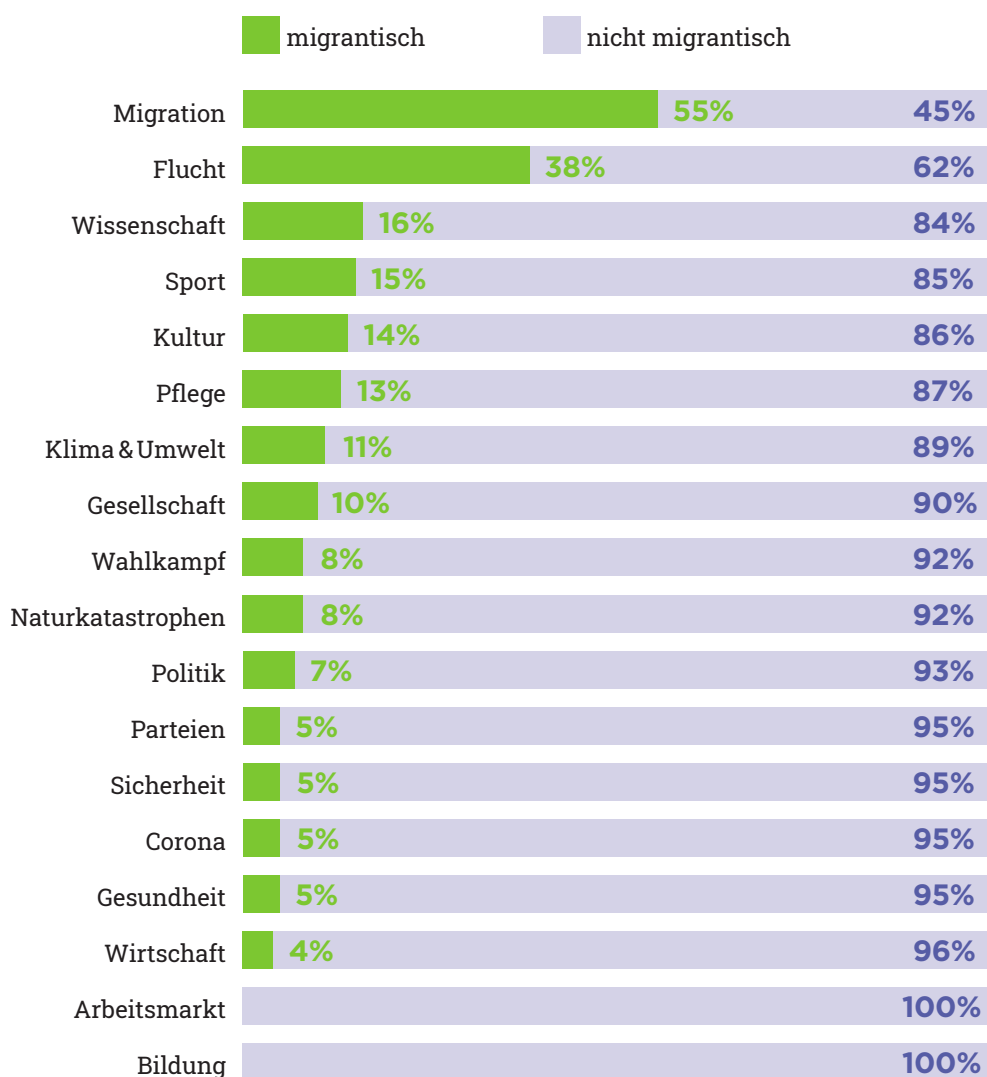
in Berichten über Deutschland



© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

Eine besonders wichtige Rolle haben Expert*innen. Sie strahlen Kompetenz aus und haben die Aufgabe, Ereignisse einzuordnen und Wissen zu vermitteln. Deswegen haben wir in unserer Erhebung die Sichtbarkeit nach Rollen unterschieden. Hier fällt auf, dass Menschen aus Einwandererfamilien besonders selten als Fachleute vorkommen. Zum Thema Arbeitsmarkt trat kein*e einzige*r migrantische Expert*in auf, bei Bildungsthemen nur dann, wenn es ums Ausland ging. Bei politischen Debatten waren nur 7 Prozent zu sehen, in der Wahlkampfberichterstattung waren lediglich 8 Prozent der Expert*innen migrantisch wahrgenommene Menschen. Expertise wird bei Minderheiten noch selten abgerufen.

Migrantisch wahrgenommene Expert*innen nach Themen in Deutschland



© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

Von allen Politiker*innen, die sich in der heißen Phase des Wahlkampfs äußern, waren gerade einmal durchschnittlich 4 Prozent migrantisch wahrgenommene Menschen. Trotz dieser geringen Zahl sind erhebliche Unterschiede in den Parteien erkennbar: Für Die Grünen treten am häufigsten Politiker*innen mit „Migrationsvordergrund“ auf (18-mal). Das liegt aber vor allem an Omid Nouripour mit allein 12 Auftritten, meist zu Afghanistan. Zu innenpolitischen Themen hat Die Linke mit 6 Prozent (4 Auftritte, alle von Fabio de Masi) verhältnismäßig die meisten Auftritte, gefolgt von der SPD mit 4 Prozent (8 Auftritte). Für die CSU sprechen nur weiße Deutsche.

Anteil Auftritte von migrantisch wahrgenommenen Politiker*innen nach Partei

(gerundet)

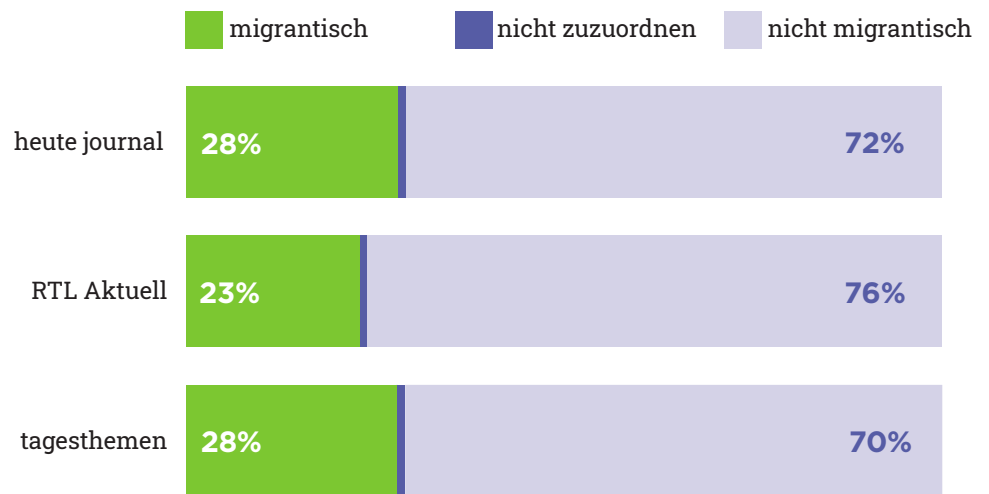
Parteien	migrantisch wahrgenommen	nicht migrantisch	nicht zuzuordnen
CDU	2%	98%	1%
SPD	3%	97%	0%
Bündnis 90/Die Grünen	13%	86%	1%
FDP	4%	94%	2%
CSU	0%	100%	0%
DIE LINKE	7%	93%	0%
Sonstige deutsche Parteien	1%	99%	0%
Gesamt	4%	95%	1%

© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

Internationale/ Auslandsberichterstattung

Insgesamt waren im untersuchten Zeitraum in den Nachrichten weit mehr Menschen zu sehen, die nicht als standarddeutsch oder weiß wahrgenommen werden. Rechnet man die Auslandsberichterstattung mit ein, war sogar jede vierte gesichtete Person ausländisch und/oder migrantisch. Auslandsberichterstattung bekam im untersuchten Zeitraum viel Aufmerksamkeit: Im August 2021 war der Vormarsch der Taliban in Afghanistan ein mediales Großereignis. Hinzu kamen Klimakatastrophen wie Waldbrände in der Türkei und Griechenland, der 20. Jahrestag der Anschläge durch islamistische Extremisten in New York vom 9. September 2001 und andere Themen.

Anteil Auftritte migrantisch wahrgenommener Personen und Ausländer*innen nach Sendung



© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

Von den insgesamt 953 als migrantisch oder ausländisch wahrgenommenen Menschen (inklusive Ausländer*innen im Ausland) äußerten sich mehr als 80 Prozent (780 Personen) zu internationalen Themen.

Das sagt zwar nichts über die Abbildung von Diversität in der deutschen Gesellschaft aus, ist aber ein positiver Hinweis auf Internationalisierung der Nachrichten. Besonders auffällig war, dass zahlreiche ausländische Expert*innen als Fachleute zu Wort kamen, etwa bei Klima und Naturkatastrophen (33 Prozent bzw. 35 Prozent), Politik (30 Prozent), Sicherheit (45 Prozent), aber auch Kultur (45 Prozent) und Wissenschaft (33 Prozent).

Sichtbarkeit von Menschen mit Religionszugehörigkeit in den Nachrichten

Die Stichprobe deutet darauf hin, dass in Nachrichten über Deutschland kaum erkennbar religiöse Menschen vorkommen. Nur 0,5 Prozent aller Personen, die bei „Heute Journal“, „Tagesthemen“ und „RTL Aktuell“ vor der Bundestagswahl 2021 gesprochen haben, konnten religiös zugeordnet werden. Weitere 0,2 Prozent waren nicht eindeutig zuzuordnen.

Anzahl Auftritte nach Religion und Sendung

ohne internationale Berichterstattung

Sendung	keine	nicht zuzuordnen	christlich	jüdisch	muslimisch
heute journal	878	3	5	0	0
RTL Aktuell	1053	0	0	1	1
tagesthemen	997	2	4	2	2
Gesamt	2928	5	9	3	3

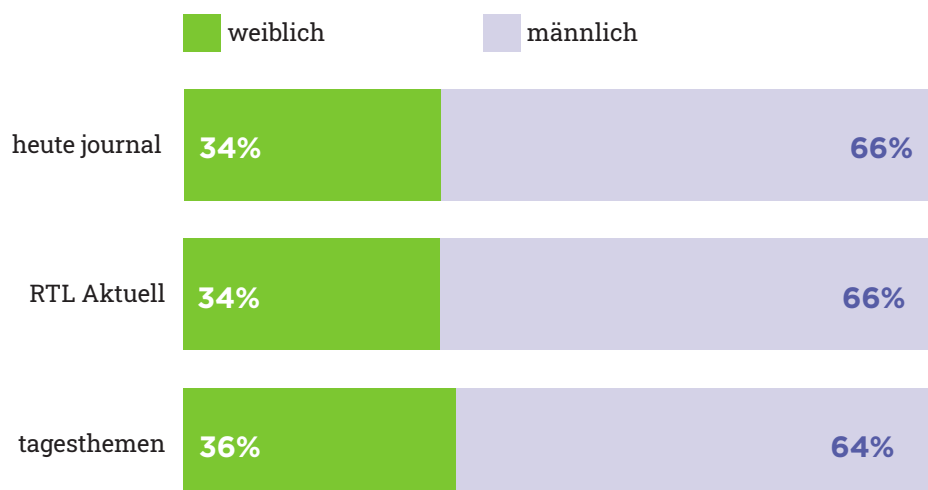
© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

Sichtbarkeit in den Nachrichten nach Geschlecht

Unsere Stichprobe bestätigt die Ergebnisse der MaLisa Stiftung, die zuletzt 2020 das deutsche Fernsehprogramm ausgewertet und festgestellt hat: Auf eine Frau kommen durchschnittlich zwei Männer.¹¹ Das gilt auch für die Abendnachrichten von ARD, ZDF und RTL in der heißen Wahlkampfphase 2021.

In den Nachrichten sprechen doppelt so viele Männer wie Frauen

Anteil Auftritte nach Geschlecht und Sendung



¹¹ Studie: „Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschritte zur audiovisuellen Diversität“, Universität Rockstock, veröffentlicht Oktober 2021. https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/SICHTBARKEIT_UND_VIELFALT_Prommer_Stuewe_Wegner_2021.pdf

© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

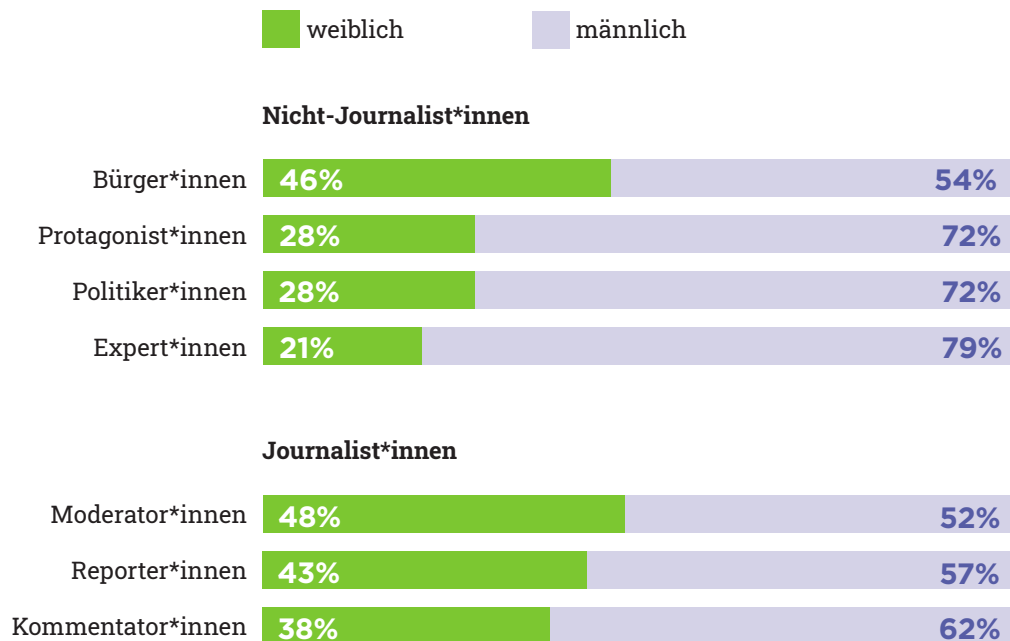
Der Frauenanteil variiert je nach Rolle. Unter Moderator*innen und befragten Bürger*innen sind fast die Hälfte weiblich. Bei den Reporter*innen sind es noch 43 Prozent, bei den Kommentator*innen schon etwas weniger (38 Prozent). Unter Expert*innen nimmt die Zahl drastisch ab: Nur jede fünfte Person, die zu ihrem fachlichen Wissen befragt wird, ist weiblich. Diese Ergebnisse schwanken nach Sendung. Bei RTL sind Expert*innen nur zu 15 Prozent weiblich (52 von 351), bei den Tagesthemen sind es immerhin 27 Prozent (78 von 293).

Auch bei Protagonist*innen, also Personen, die Anlass der Berichterstattung sind, sind es nur in 28 Prozent der Fällen Frauen.

Menschen mit nicht-binärer geschlechtlicher Markierung sowie Menschen, die als „nicht zuzuordnen“ erhoben werden konnten, waren im Analysezeitraum nicht erkennbar.

Expert*innen sind in den Nachrichten selten weiblich, Bürger*innen schon eher

Anteil Auftritte nach Geschlecht und Rolle



© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung in Nachrichten

Menschen mit sichtbarer Behinderung spielen in den Nachrichten fast keine Rolle. Nur bei 0,7 Prozent aller auftretenden Menschen (30 Personen unter 4.175 Auftritten) war eine Behinderung wahrnehmbar.

Auch wenn es bei dieser geringen Zahl relativ unerheblich wirkt, gibt es einen (winzigen) Unterschied zwischen den Sendern: Bei RTL sind es 1,4 Prozent, bei den Tagesthemen nur 0,2 Prozent. Die meisten Menschen mit Behinderung (21 von 30) sind im Zusammenhang mit den Paralympics zu sehen. 3 weitere Auftritte sind von Greta Thunberg (Autismus). Bleiben noch 6 Auftritte von Menschen mit erkennbaren Behinderungen bei den Paralympics (z.B. mit Beinprothesen).

Anteil Auftritte von Menschen mit erkennbarer Behinderung nach Sendung

Sendung	keine erkennbare Behinderung	erkennbare Behinderung
heute journal	99,6%	0,4%
RTL Aktuell	98,6%	1,4%
tagesthemen	99,8%	0,2%
Gesamt	99,3%	0,7%

© Neue deutsche Medienmacher*innen e.V., 2021

Exkurs

Wir glauben, was wir sehen: Warum Sichtbarkeit wichtig ist

Die Vermessung von Sichtbarkeit und Diversität ist nicht Ohne, auch, wenn sie das Ziel hat, Marginalisierung und Diskriminierung sichtbar zu machen. Zum Einen läuft man Gefahr, stereotype Zuschreibungen zu reproduzieren. Zum Anderen gibt es intersektionale Dimensionen, die in solchen Untersuchungen schwer zu erfassen sind. Trotzdem können sogenannte Gleichstellungsdaten oder „Equality Data“¹² sehr hilfreich sein, um Diversitäts-Lücken zu benennen und Tendenzen der Voreingenommenheit aufzeigen. Im Journalismus gibt es solche Daten bislang leider kaum. Nur der Frauenanteil wird (immerhin) regelmäßig erhoben.

Wozu es mehr Sichtbarkeit und Diversität braucht? Zu Recht weisen einige darauf hin, dass mehr Vielfalt nicht automatisch dazu führt, dass Rassismus, Sexismus und anderen Diskriminierungen abnehmen oder verschwinden. Das stimmt. Wenn man ein paar Journalist*innen aus Einwandererfamilien eingestellt hat oder mehr migrantische und behinderte Menschen im Programm zeigt, wird die Berichterstattung nicht automatisch diskriminierungssensibler.

Aber umgekehrt wird ein Schuh daraus: Wo ganze gesellschaftliche Gruppen unsichtbar bleiben, stimmt etwas nicht. Wenn sie im Programm nicht vorkommen, dann fehlen ihre Perspektiven. Und Sichtbarkeit in Medien spielt auch eine zentrale Rolle, wenn es darum geht, gesellschaftliche Diversität als normal abzubilden. Sie ist also kein Selbstzweck, sondern ein Ausdruck für Teilhabe.

Der Diversitätsanteil in Medienprogrammen zeigt auch, ob ein Medienhaus gesellschaftliche Realitäten erkannt hat und internationale Standards für guten Journalismus umsetzt. Hinzu kommt ein ganz praktisches, wirtschaftliches Argument: Lassen Medien bestimmte Perspektiven aus, setzen sie nicht nur ihre Glaubwürdigkeit aufs Spiel, sondern schließen große Teile des potenziellen Publikums aus. Wer sich und seine Lebenswirklichkeit dauerhaft nicht wiederfindet, wendet sich eher ab und neuen Medien wie etwa Streamingdiensten zu. Kurz: Wer Reichweite und junge Zielgruppen gewinnen will, muss heutzutage diversitätsorientiert arbeiten.

¹² <https://vielfaltentscheidet.de/gleichstellungsdaten-eine-einfuehrung/>

Zusammenfassung

Wer ist sichtbar in der Wahlkampfberichterstattung 2021? Wer fehlt in den ARD-Tagesthemen, im ZDF-Heute Journal und bei RTL Aktuell?

Migrantisch wahrgenommene Menschen:

- **Unterrepräsentiert:** Nur zehn Prozent der Menschen, die sich in der heißen Wahlkampf-Phase zu Themen in Deutschland äußern, sind migrantisch wahrgenommene Menschen. Verglichen mit dem Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund in der Bevölkerung sind sie deutlich unterrepräsentiert.
- **Kaum zu vernehmen bei innenpolitischen Fragen:** Menschen aus Einwandererfamilien in Deutschland äußern sich am häufigsten zu Migration und Flucht. Bei innenpolitischen Themen wie Klima, Gesundheit, Sicherheit oder Steuern sowie weiteren innenpolitischen Fragen kommen sie nur am Rande zu Wort (7 Prozent).
- **Selten zu sehen als Expert*innen:** Migrant*innen und ihre Nachkommen treten selten als Expert*innen auf. Zum Thema Arbeitsmarkt trat keine einzige migrantisch wahrgenommene Expert*in auf, bei inländischen Bildungsthemen ebenfalls nicht. Bei politischen Debatten waren nur 7 Prozent zu sehen, in der Wahlkampfberichterstattung waren es lediglich 8 Prozent der Expert*innen.
- **Kaum zu sehen bei Politiker*innen:** Lediglich 4 Prozent der Politiker*innen, die sich im Wahlkampf äußern, sind Menschen aus Einwandererfamilien. Zum Vergleich: Im neuen Bundestag stammen über 11 Prozent der Parlamentarier*innen aus Einwandererfamilien, also fast drei Mal so viele, obwohl sie auch dort schon unterrepräsentiert sind.¹⁵
- **Internationale Berichterstattung:** Berücksichtigt man auch die Auslandsberichterstattung war jede vierte gesichtete Person ausländisch und/oder migrantisch. Ein positiver Hinweis auf Internationalisierung der Nachrichten.

¹⁵ <https://mediendienst-integration.de/artikel/mehr-abgeordnete-mit-migrationshintergrund-1.html>

Religionszugehörigkeit:

- **Kaum erkennbar religiöse Menschen:** Weniger als 0,5 Prozent aller Personen, die bei „Heute Journal“, „Tagesthemen“ und „RTL Aktuell“ vor der Bundestagswahl 2021 gesprochen haben, waren erkennbar religiös. Weitere 0,2 Prozent waren nicht eindeutig zuzuordnen. Mit anderen Worten: In den untersuchten Nachrichten waren fast nie erkennbare Jüd*innen und Juden*, Christ*innen und Muslim*innen zu sehen.

Geschlecht:

- **Frauen bleiben unterrepräsentiert, nicht-binärgeschlechtliche Menschen unsichtbar:** Auf eine Frau kommen in den Nachrichten durchschnittlich zwei Männer (Frauenanteil: knapp 35 Prozent). Während unter Moderator*innen und befragten Bürger*innen fast die Hälfte weiblich ist, sinkt der Frauenanteil unter Expert*innen auf 21 Prozent.

Menschen mit Behinderung:

- **Menschen mit Behinderung sind kaum wahrnehmbar:** Nur bei 0,7 Prozent aller auftretenden Menschen (30 Personen unter 4.175 Auftritten) war eine Behinderung erkennbar. Die meisten Menschen mit Behinderung (21 von 30) waren im Zusammenhang mit den Paralympics zu sehen. Mit anderen Worten: In der Wahlkampfberichterstattung bleiben sie so gut wie außen vor.

Fazit und Ausblick

In der Wahlkampfberichterstattung 2021 ließ die Sichtbarkeit von Migrant*innen und ihren Nachkommen deutlich zu wünschen übrig. Das gleiche gilt für Menschen mit Behinderung, die nahezu unsichtbar blieben, ebenso wie erkennbar religiöse Menschen und nicht binärgeschlechtliche Menschen. Auch Frauen waren - vor allem als Expert*innen - stark unterrepräsentiert.

Es gibt bisher wenig Daten über die Repräsentation verschiedener Gruppen im Fernsehen. Die ersten umfassenden Erkenntnisse lieferte die Studie der MaLisa Stiftung: „Sichtbarkeit und Vielfalt: Fortschritte zur audiovisuellen Diversität“ erst 2016, dann 2021.¹⁴ Die Ergebnisse dieser Stichprobe überschneiden sich stark mit unseren. Auch in der MaLisa-Studie wurde deutlich: In den großen deutschen Fernsehsendern (öffentlich-rechtlich wie privat) sieht man, quer durch alle Programme und Inhalte im Durchschnitt, immer noch überwiegend weiße Männer. Auf eine Frau kommen im Fernsehen zwei Männer. Die Sichtbarkeit von Menschen mit Migrationshintergrund ist von 8 Prozent im Jahr 2016 auf 11 Prozent in 2020 gestiegen. (Der eklatante Abstand zur gesellschaftlichen Realität blieb damit nahezu gleich.) Menschen mit Behinderung blieben auch in dieser Untersuchung quasi unsichtbar.

Bei Vielfalt geht es nicht darum, Kästchen anzukreuzen, sondern darum, dass viele Stimme und unterschiedliche Perspektiven gehört werden. Also auch die von Minderheiten und Marginalisierten. Dazu braucht es entsprechende Daten, Wissen und Verständnis für strukturelle Diskriminierung und Intersektionalität, also ein Verständnis dafür, wie verschiedene soziale Kategorien zusammenwirken. Hinter mangelnder Diversität muss keine böse Absicht stecken. Aber Medien sollten bereit sein, ihre Arbeitsabläufe und Routinen zu hinterfragen, wenn sie sichtbar wird.

Medien stehen vor der grundlegenden Frage: Nehmen sie jetzt die nötigen Ressourcen in die Hand, um Schritt zu halten mit den gesellschaftlichen Entwicklungen (siehe Einleitung) oder warten sie ab, bis sie den Anschluss an die Lebenswirklichkeit verpasst haben? Zum Glück erkennen immer mehr deutsche Medienhäuser, wie wichtig Diversität in den Redaktionen und im Programm ist und wollen internationalen Standards entsprechen. Als Neue deutsche Medienmacher*innen unterstützen wir das. Wir haben 2021 ein Handbuch¹⁵ für professionellen Journalismus im Einwanderungsland herausgegeben.

Medien haben die Aufgabe, verschiedene Perspektiven aufzuzeigen und ein Bild der Gesellschaft, in der wir leben, zu vermitteln. Das gilt besonders für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der von allen finanziert wird. Aber es gilt auch für privatrechtliche Sender. Ignorieren sie diesen zentralen Auftrag, riskieren sie nicht nur ihre Glaubwürdigkeit, sondern auch ihre Zukunft.

¹⁴ https://malisastiftung.org/wp-content/uploads/SICHTBARKEIT_UND_VIELFALT_Prommer_Stuewe_Wegner_2021.pdf

¹⁵ <https://neuemediemacher.de/wissen-tools/diversity-im-medienhaus/>

Die Neuen deutschen Medienmacher*innen e.V. (NdM) sind ein bundesweites Netzwerk von Journalist*innen, die sich für mehr Vielfalt in den Medien, rassismuskritische Berichterstattung und diskriminierungssensible Sprache einsetzen. Zu den NdM zählen rund Zweitausend Medienschaffende aus ganz Deutschland. Sie arbeiten als feste und freie Medienschaffende für deutsche Medien – in Print, Online, TV und Hörfunk.

Herausgebende:

Neue deutsche Medienmacher*innen e.V.

Mitwirkende:

Ferda Ataman, Lilia Becker, Chiponda Chimbelu, Sun-Ju Choi, Carlos Hanke Barajas, Artur Lebedew, Linda Proske, Kira Schacht, Kathrin Wesolowski

Unterstützung:

Gefördert durch eine Zuwendung der Open Society Foundation gGmbH in Kooperation mit der OSIFE der Open Society Foundations