



# Media4Diversity

Vielfalt in den Medien - eine Bestandsaufnahme



Europäische Kommission



# Media4Diversity

## Vielfalt in den Medien - eine Bestandsaufnahme

Eine Studie zum Thema Medien und Vielfalt in den Mitgliedsstaaten der EU und drei EFTA-Ländern

**Europäische Kommission**

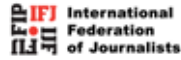
Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit

Referat G.4

Manuskript abgeschlossen in März 2009

Weder die Europäische Kommission noch Personen, die in ihrem Namen handeln, sind für die Verwendung der in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen verantwortlich.

Das Konsortium, welches den Bericht angefertigt hat, bestand aus "Internews Europe", der Internationale Vereinigung der Journalisten und dem "Media Diversity Institute".



Diese Veröffentlichung wird im Rahmen des Gemeinschaftsprogramms für Beschäftigung und soziale Solidarität (2007-2013) unterstützt, das von der Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit der Europäischen Kommission verwaltet wird. Dieses Programm wurde eingerichtet, um die Verwirklichung der Ziele der Europäischen Union in den Bereichen Beschäftigung und Soziales – wie in der Sozialpolitischen Agenda ausgeführt – finanziell zu unterstützen und somit zum Erreichen der Vorgaben der Strategie von Lissabon in diesen Bereichen beizutragen.

Das auf sieben Jahre angelegte Programm richtet sich an alle maßgeblichen Akteure in der EU-27, den EFTA-/EWR-Ländern und den Beitritts- und Kandidatenländern, die einen Beitrag zur Gestaltung geeigneter und effektiver Rechtsvorschriften und Strategien im Bereich Beschäftigung und Soziales leisten können.

Mit PROGRESS wird das Ziel verfolgt, den EU-Beitrag zur Unterstützung der Mitgliedstaaten in ihrem Engagement und ihren Bemühungen um mehr und bessere Arbeitsplätze und größeren Zusammenhalt in der Gesellschaft auszubauen. Zu diesem Zweck trägt das Programm PROGRESS dazu bei,

- Analysen und Empfehlungen in den Politikbereichen des Programms PROGRESS bereitzustellen;
- die Umsetzung des Gemeinschaftsrechts und der Strategien der Gemeinschaft in den Politikbereichen des Programms PROGRESS zu überwachen und darüber Bericht zu erstatten;
- den Austausch von Strategien, das wechselseitige Lernen und die gegenseitige Unterstützung zwischen den Mitgliedstaaten in Bezug auf die Ziele und Prioritäten der Union zu fördern und,
- die Auffassungen der beteiligten Akteure und der Gesellschaft insgesamt zu kanalisieren.

Weitere Informationen finden Sie unter:  
<http://ec.europa.eu/progress>

Europe Direct soll Ihnen helfen,  
Antworten auf Ihre  
Fragen zur Europäischen Union zu finden

Gebührenfreie einheitliche  
Telefonnummer (\*):  
00 800 6 7 8 9 10 11

(\*) Einige Mobilfunkanbieter gewähren keinen Zugang zu 00 800-Nummern oder berechnen eine Gebühr.

Zahlreiche weitere Informationen zur Europäischen Union sind verfügbar über Internet, Server Europa (<http://europa.eu>).

Bibliografische Daten befinden sich am Ende der Veröffentlichung.

Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften, 2009

© Europäische Gemeinschaften, 2008  
Nachdruck mit Quellenangabe gestattet.

© Fotos: 123RF

Weder die Europäische Kommission noch Personen, die in ihrem Namen handeln, sind für die Verwendung der in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen verantwortlich.

# Zusammenfassung

**Abschnitt I** gibt **einen Überblick** über Antriebskräfte sozialer Kohäsion, sowie die Rolle der Medien - mit positiven und negativen Auswirkungen auf die Diversitäts-Agenda - und zeigt wichtige Beispiele politischer Gestaltung auf der EU-Ebene.

**Abschnitt II** präsentiert **die Studie** sowie die Ziele und Methoden der zugrunde liegenden Umfrage, die zur Auswahl der in dieser Publikation vorgestellten Initiativen geführt haben.

In Abschnitt III wird eine Auswahl der 30 Initiativen nach ihren Hauptanliegen geordnet, z.B. welche Bereiche ihre Aktivitäten verstärken, verbessern oder entwickeln;

- im Bereich **Journalismus** geht es um Initiativen, die Diversität in der Herausgeberschaft einbeziehen und die journalistische Qualität verbessern wollen;
- im Bereich **Produktion** geht es um verbesserte Diversität in Bezug auf die Programmerstellung, kreative Herangehensweise und Multimedia-Formate;
- im Bereich **Beschäftigung** geht es um die Optimierung der Chancengleichheit bei der Personalentwicklung und den Aufstiegschancen ;
- beim **Training** geht es um die Darstellung des Diversitäts-Trainings auf allen Ebenen der Organisation;
- die **Partnerschaften** verstärken Netzwerke, die Zusammenarbeit und gegenseitige Verfügbarkeit guter Anwendungsmöglichkeiten;
- bei der **Organisation** geht es um den Grad der Internationalisierung von operativen Themen zur Diversität, von der Politik der Personalführung bis zur Öffentlichkeitsarbeit.

Dank der Internetumfrage, aber auch durch die weiteren Untersuchungen die durch die Studiengruppe angeleitet wurde, konnten hervorragende Beispiele **praxisbezogener Handbücher und Anleitungen** und beachtliche **Programme zur Auszeichnung von Medien** herausgearbeitet und in diesen Abschnitt einbezogen werden.

In **Abschnitt IV** werden **die Ergebnisse** vorgestellt: Es werden **Versäumnisse** in Medien und im Diversitäts-Szenario analysiert, die durch die Studie ermittelt wurden, sowie über das **Seminar in Prag** berichtet, auf dem die Umfrageergebnisse erörtert worden sind. Es folgen eine Reihe von **Empfehlungen**.

In **Abschnitt V** werden **die Schlussfolgerungen** und Analysen vorgestellt. Sie sind verbunden mit den Überlegungen der Studiengruppe zu den **wichtigsten Herausforderungen und Möglichkeiten**, um Initiativen für eine größere Mediendiversität überall in Europa auszubauen. Dabei werden die sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen, in denen der Mediensektor wirkt, berücksichtigt.

Diversität ist sowohl eine Realität als auch eine Notwendigkeit in den europäischen Gesellschaften. In einer Zeit, in der Medien gemeinsam mit den politischen Institutionen – und jüngst gemeinsam auch mit unseren finanziellen Institutionen – eine Vertrauens- und Glaubwürdigkeitskrise in den Augen der Öffentlichkeit erleben, will die **Studie über Mediendiversität** aufzeigen, wie sehr der Mediensektor Organisationen der Zivilgesellschaft und Politikakteure helfen kann, die Fundamente unserer Gesellschaft zu verstärken, trotz der großen Herausforderungen, denen sich beide, Gesellschaft und Mediensektor, gegenwärtig gegenüberstehen.

Drei führende Organisationen zur Medienunterstützung – **Internews Europe**, als Projektkoordinator und seine Partner, die **Internationale Föderation der Journalisten (IFJ)** und **das Medien Diversitäts Institut (MDI)** – wurden von der **Generaldirektion für Beschäftigung, soziale Angelegenheiten und Chancengleichheit der Europäischen Kommission** ausgewählt, um eine strukturierte Übersicht der wirkungsvollsten und/oder

innovativsten **Initiativen für Mediendiversität vorzulegen**, die **in** oder **durch** Medien in Gang gesetzt wurden und auf der Grundlage der Bestimmungen von Artikel 13 des Vertrages der Europäischen Union Diversität fördern und/oder Diskriminierungen bekämpfen.

Eine europäische Arbeitsgruppe in Zusammenarbeit mit einer Expertengruppe führender Akademiker und Praktiker hat die Medienlandschaft über einen Zeitraum von neun Monaten untersucht, um wichtige innovative medienbezogene Initiativen in einer Vielzahl von kulturellen, sozialen und politischen Umständen in den 27 EU Mitgliedsländern - zuzüglich Island, Liechtenstein und Norwegen - herauszukristallisieren. Das Ziel war, Initiativen zu ermitteln und zu fördern, die nicht nur eine positive Rolle spielen bei der sozialen Kohäsion, bei der Konfliktprävention und bei der Repräsentanz von Gruppen, die diskriminiert werden, sondern auch bei der Umsetzung wirkungsvoller Prozesse innerhalb des Medienmanagements.

Einige hundert Initiativen wurden über eine Online Abfrage erfasst. Die Studiengruppe hat diese gesammelt, verknüpft und bei ihnen nachgefragt. Nach einer detaillierten Analyse von 150 Initiativen, wurden **30 Fallstudien** ausgewählt und in der vorliegenden Publikation veröffentlicht. Diese 30 Initiativen verdienen Beachtung nicht nur, weil sie Diversitätsfragen in einem zunehmend wettbewerbsorientierten und kommerziellen europäischen Medienraum behandeln, – sondern sie verdienen auch genauere Betrachtung wegen ihrer Schlussfolgerungen für eine neue Medienkultur der Diversität überall in Europa.

*“Wie kann wirtschaftlicher Sachzwang und die Unabhängigkeit der Herausgeber mit den ethischen Anforderungen des ‘niemandem Schaden zufügen’ und ‘europäische Diversität fair repräsentieren’ in Einklang gebracht werden?”*

*“Können gemeinsame Schlussfolgerungen gezogen werden für Gruppen, Gemeinschaften, Medienorganisationen und Kulturen mit äußerst verschiedenen Erfahrungen, und können sie auf einzigartige Lösungen hinweisen, die für jeden Fall und Kontext Anwendung finden?”*

Diese vorangehenden Fragen geben einen Einblick in eine vertiefte Debatte, die am 5. und 6. Februar 2009 in Prag stattfand und die Arbeitsergebnisse der Studiengruppe erörterte. Das **Prager Seminar** brachte rund 90 Spitzenvertreter mit Mitgliedern der Studiengruppe und Vertretern der Europäischen Kommission zusammen, sowie Repräsentanten von fast allen ausgewählten 30 Initiativen die oben erwähnt wurden, und ganz vorne bei diesen Themen überall in Europa präsent sind. Das Seminar in Prag führte schließlich zur Formulierung und Bewertung eines Bündels von **Empfehlungen an Medien, zivilgesellschaftliche Organisationen (ZGO)** und **politische Akteure** einschließlich der folgenden vier Leitsätze, die für alle drei Gruppen gültig sind:

#### *Die Chancen erkennen*

Eine **ausgewogene und glaubwürdige Repräsentation** von Diversität in Europa schafft eine **Dividende**, die größere soziale Kohäsion und soziale Sicherheit und öffentliches Vertrauen in die Medien bedeutet und zu verbesserten Einkommensmöglichkeiten für Journalisten und Produzenten wegen größerer Resonanz beim Publikum führt.

#### *Den Dialog aufnehmen*

Wir müssen zur Teilnahme an einem ausgewogenen, integrativen **nationalen und europäischen Dialog** ermutigen, an Diskussionsrunden, Debatten, an Kooperation und Partnerschaft **zwischen politischen Akteuren, zivilgesellschaftlichen und Medienorganisationen**, um über die Rolle von Medien bei der Förderung von Diversität und dem Kampf gegen Diskriminierungen zu arbeiten, und aufkommende Themen und Chancen früh zu erkennen und beste Lösungsmöglichkeiten auszutauschen.

### *Umfassend sein*

Wir müssen sicherstellen, dass **alle Ursachen von Diskriminierung** in der Medienwelt **gleichermaßen beachtet werden** – sei es wegen des nationalen oder ethnischen Ursprungs oder der Zugehörigkeit zu einer Rasse, auch und besonders bezogen auf Roma; sei es wegen der Zugehörigkeit zu einer Religion oder Glaubensrichtung; sei es wegen einer Behinderung oder wegen sexueller Orientierung oder der Geschlechtszugehörigkeit; sei es wegen der Jugend oder des Alters; oder sei es wegen der Geschlechtszugehörigkeit im Verbund mit all diesen vielfältigen Diskriminierungen. Wir müssen dafür sorgen, dass diese Ursachen in Medieninitiativen behandelt werden, um Diskriminierungen entgegenzuwirken und Diversität zu fördern.

### *Das Ziel sehen ... und genau messen*

Wenn eine Medieninitiative entworfen wird, um Diversität zu fördern und Diskriminierungen zu bekämpfen, sei es innerhalb einer Organisation oder zwischen mehreren Organisationen, so müssen wir **klare und messbare Ziele bestimmen** (wie zum Beispiel Mindestanforderungen bei der Diversität von Bewerbern, und die **Mindestanzahl** jährlicher Trainingsstunden für Mitarbeiter/innen verbunden mit konkreten Zielen, oder bei der Verbreiterung der Medienkunden aus verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen mit größtmöglicher Diversität); wir müssen sicherstellen, **dass Fortschritte fortlaufend beobachtet und umfassend evaluiert werden, sobald die Initiative beginnt.**

Die Studiengruppe hofft, dass diese Publikation ihre Leser anregt, sich dieser Diskussion und Auseinandersetzung anzuschließen, die auf der Webseite [www.media4diversity.eu](http://www.media4diversity.eu) begonnen wurde, und sie dazu ermutigt, die bestmöglichen Erfahrungen bei der Umsetzung von Diversität **von** und **in** Medien überall in Europa festzuhalten und weiterzuverbreiten.

## Empfehlungen

Die nachstehenden Empfehlungen basieren sowohl auf positiven Beispielen als auch auf Versäumnissen, die durch die Studie festgestellt wurden, und richten sich zunächst **allgemein an alle Beteiligten**, die im Bereich der Medien-Diversität aktiv sind, dann **im Einzelnen an Medien selbst, an zivilgesellschaftliche Organisationen und an politische Akteure**.

Die Art und Weise, wie Toleranz und Diversität durch Medien in Europa gefördert wird, hängt vor allem von den **sozialen, wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen** jedes Landes ab, sowie von Medienregulierungen, die von Land zu Land sehr verschieden sind. Diese Studie schlägt deshalb nicht vor, daß jeder öffentlich-rechtliche Sender und jede zivilgesellschaftliche Organisation (ZGOs) überall in Europa die in dieser Studie erwähnten Empfehlungen umsetzt oder daß jedes Land in Europa denselben Mediengesetzgebungsrahmen erhält. Stattdessen sollten diese Initiativen dazu anregen, dass mehr Sender, zivilgesellschaftliche Organisationen und politische Akteure in Europa in diesem Sinne ebenfalls tätig werden, entsprechend den sozialen, wirtschaftlichen und kulturellen Bedingungen des jeweiligen Landes.

## Was alle Beteiligten tun können

### *Chancen und Verantwortung erkennen*

Eine ausgewogene und glaubwürdige Repräsentation von Diversität in Europa schafft eine **Dividende**, die größere soziale Kohäsion und soziale Sicherheit und öffentliches Vertrauen in die Medien bedeutet und zu verbesserten Einkommensmöglichkeiten für Journalisten und Produzenten wegen größerer Resonanz beim Publikum führt.

### *Den Dialog aufnehmen*

Wir müssen zur Teilnahme an einem ausgewogenen, integrativen **nationalen und europäischen Dialog ermutigen**, an **Diskussionsrunden, Debatten, an Kooperation und Partnerschaft zwischen politischen Akteuren, ZGOs und Medienorganisationen**, um über die Rolle von Medien bei der Förderung von Diversität und dem Kampf gegen Diskriminierungen nachzudenken, und aufkommende Themen und Chancen früh zu erkennen und beste Lösungsmöglichkeiten auszutauschen.

### *Umfassend sein*

Wir müssen sicherstellen, dass **alle Ursachen von Diskriminierung in der Medienwelt gleichermaßen beachtet werden** – sei es wegen des nationalen oder ethnischen Ursprungs oder der Zugehörigkeit zu einer Rasse, auch und besonders bezogen auf Roma; sei es wegen der Zugehörigkeit zu einer Religion oder Glaubensrichtung; sei es wegen einer Behinderung oder wegen sexueller Orientierung oder der Geschlechtszugehörigkeit; sei es wegen der Jugend oder des Alters; oder sei es wegen der Geschlechtszugehörigkeit im Verbund mit all diesen vielfältigen Diskriminierungen. Wir müssen dafür sorgen, dass diese Ursachen in Medieninitiativen behandelt werden, um Diskriminierungen entgegenzuwirken und Diversität zu fördern.

### *Das Ziel sehen ... und genau bemessen*

Wenn eine Medieninitiative entworfen wird, um Diversität zu fördern und Diskriminierungen zu bekämpfen, sei es innerhalb einer Organisation oder zwischen mehreren Organisationen, so müssen wir **klare und messbare Ziele bestimmen** (wie zum Beispiel Mindestanforderungen bei der Diversität von Bewerbern, und die Mindestanzahl jährlicher Trainingsstunden für Mitarbeiter/innen verbunden mit konkreten Zielen, oder bei der Verbreiterung der Medienkunden aus verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen mit größtmöglicher Diversität); wir müssen sicherstellen, **dass Fortschritte fortlaufend beobachtet und umfassend evaluiert werden, sobald die Initiative beginnt**.

# Was Medien tun können

**Der Begriff „Medien“ umfasst hier Medien im Privatbesitz, öffentlich-rechtliche Sender, kommunale Gemeinschaftsmedien, Produktionsgesellschaften sowie Nachrichtendienste für Rundfunk, Fernsehen, Presse und online Formate.**

## Produktion von Nachrichten und Inhalten

### *Diversität in den Mainstream bringen*

Bestehende und neue regelmäßig wiederkehrende Medienprogramme und -produktionen sollten sich zum Ziel setzen, die **Diversität der Gesellschaft sowie das Grundrecht auf Diversität** in allen Formen zu erfassen. Medien können viel dazu beitragen, ein realistischeres Bild jener Gruppen, die Diskriminierungen ausgesetzt sind, sowie die langfristige Bedeutung, die diese Gruppen für uns haben, aufzuzeigen.

- Siehe BBC S.60<sup>1</sup>, Channel 4 S.61, Romeo & Julia S.37, MaltaToday S.34 und Internazionale S.33.

### *Alle Plattformen und Formate miteinbeziehen*

Kein Format für die Produktion von Medieninhalten, die sich vor allem mit Diversitätsthemen befassen, sollte ausgelassen werden – **herausragende Beispiele finden wir in allen Medientypen und Produktionsarten.**

- Siehe France Ô<sup>2</sup> oder das Magazin Respect S.32, sowie die Sendung „Italy Seen by New Italians“ von Internazionale S.33 und die Litauische „Visibility Campaign for Equal Opportunities for All“ S.39.

### *Talente fördern*

Wir müssen **interne Gremien schaffen, die Beiträge von diskriminierten Gruppen** - unter Einbeziehung ihrer Interessenvertretungen und zivilgesellschaftlicher Organisationen - vorbereiten, um mehr **Repräsentanten aus diesen Gruppen einzubinden**. Sie können dadurch glaubwürdig und dauerhaften authentische Informationen, Meinungen und Expertisen einbringen und sich an der Produktion von Programmen beteiligen. Medien, die sich sorgfältig Diversitätsthemen annehmen, sollten aktiv die Stimmen jener Organisationen der Zivilgesellschaft einfangen, die nicht selbst über Mittel verfügen, sich Gehör zu verschaffen, im Gegensatz zu den mächtigen PR-Apparaten von Politik, Industrie und anderen Machtzentren.

- Ähnlich den Richtlinien, die von Channel 4 S.61 und MaltaToday S.34 geschaffen wurden.

### *Nachfrage ermitteln und darauf reagieren*

Wir müssen auf die **wachsende Nachfrage für qualifiziertere journalistische Standards und Programmierung unter Berücksichtigung ethischer Ansprüche für soziale Kohäsion und Integration reagieren**. Die kommerziellen Möglichkeiten einer verbesserten Berichterstattung über diese Themen müssen erkannt und bei der Bearbeitung und Präsentation gegenüber einer zunehmend verschiedenartigeren europäischen Gesellschaft genutzt werden.

- Vergleiche BBC S.60, Channel 4 S.61.

### *Nutzerkreis erweitern*

Wir müssen neue Formate unterstützen und entwickeln und **neue Medien und Technologien nutzen** (vor allem Untertitel und mehrsprachige Versionen), um auf die neue Generation von Medienkonsumenten Einfluss zu nehmen und **Hör- und Sehbehinderte sowie kulturelle und ethnische Minderheiten zu erreichen und einzubeziehen**.

- Siehe auch Creatures Discomforts S.42, die MultiKulti Spiel- Webseite S.40 und Radio Salaam Shalom S.43.

<sup>1</sup> Die Seitennummern beziehen sich auf die englische Fassung der Publikation.

<sup>2</sup> <http://www.rfo.fr/>

### *Internes Monitoring und Externe Verifikation*

Wir müssen interne und externe Strukturen schaffen, **Manager, Journalisten, Herausgeber und Gewerkschaftler einbeziehen**, um die Qualität der Berichterstattung über Diversität besser auswerten zu können, beste Lösungsmöglichkeiten anstreben und die Präsentation verbessern. **Die Zusammenarbeit mit zivilgesellschaftlichen Organisationen und spezialisierten Diversitätsmedien könnte helfen, eine unabhängigere Form der Evaluierung von Diversitätsdarstellungen zu erreichen und den interkulturellen Dialog** in Europa und über seine Grenzen hinweg zu fördern, zum Beispiel mit Organisationen wie Unity in den USA<sup>3</sup>. Intensive Rückkoppelung ist vor allem in Zeiten von Krisen (finanzieller oder anderer) erforderlich, angesichts der Tatsache, daß Gesellschaften, die sich ‚bedroht‘ fühlen, dazu neigen, Diversität zu vernachlässigen, oder, schlimmer noch, Gruppen, die Diskriminierungen ausgesetzt sind, als Sündenböcke zu benutzen.

- Ähnlich den Initiativen von BBC S.60, Channel 4 S.61 und VRT S.58.

## Personal

### *Einstellungspolitik neu ausrichten*

Die bestehende Einstellungspolitik sollte zunächst auf diskriminierende Prozesse hin überprüft werden. Die **Einstellung von Personal von Minderheiten, Behinderten und anderen verletzbaren Personengruppen**, einschließlich jener, die Diskriminierung ausgesetzt sind, sollte auf allen Ebenen gefördert werden. Interne Verfahren sollten die Anforderungen und die Chancen für entsprechendes Personal erkennen – männlich und weiblich – sowie deren Aufstiegsmöglichkeiten innerhalb der Organisation. Verletzbare Gruppen sollten **angemessenen Zugang zu Medieneinrichtungen** haben. Schließlich sollte wann immer und wo immer notwendig, verstärkende oder positive Massnahmen und die Einrichtung von Quoten erörtert werden.

- bzgl. der Einführung von quantifizierbaren Beschäftigungszielen, die die Wirklichkeit der Gesellschaft reflektieren durch BBC S.60 und Channel 4 S.61.

### *Trainieren, Trainieren, Trainieren!*

Diversitätsberichterstattung und die **Verhinderung stereotyper Darstellungen** von Gruppen, die Diskriminierungen ausgesetzt sind, müssen ständig eingeübt werden. **Das gesamte Personal** einschließlich der Direktionen, Programmgestaltern, Produzenten, Journalisten und Assistenten von Medienprodukten, Produktionsgesellschaften und Nachrichtenagenturen **werden vor allem davon profitieren, wenn sie wissen, wie mit Diversitätsthemen und der Verwendung fairen und integrierenden Vokabulars umzugehen ist.**

- Siehe das Training von BBC S.60, Channel 4 S.61, VRT S.58, Creative Collective S.46, Mama Youth S.48 und The Roma Mainstream Media Internship Programme S.44.

### *Wissenszugang und -transfer*

Wir müssen vorhandene **Handbücher** zu journalistischen Themen, Terminologien und Anleitungen **nutzen, verbreiten und übersetzen**. Dies hilft bei der Bearbeitung von Themen wie Migration, Integration, innere Sicherheit, Asylpolitik, Bekämpfung von Diskriminierung, Rassismus und Ausländerfeindlichkeit. Politikfelder wie Datenschutz, Kinderrechte und Diskriminierungen, deren Ursprung nationale oder ethnische Zugehörigkeit ist, oder die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Rasse, Religion oder Glaubensgemeinschaft, Diskriminierungen wegen Jugend oder Alter, wegen Behinderung, wegen sexueller Orientierung, sind in Handbüchern zu finden. Ein größerer Austausch zwischen Medien, um gute Handlungsbeispiele kennenzulernen, sind gleichfalls wünschenswert.

- Siehe das Cultural Diversity Network im Vereinigten Königreich, wo BBC und Channel 4 Mitglieder sind, sowie die Liste verfügbarer Handbücher und Anleitungen S.60-61.

<sup>3</sup> <http://www.unityjournalists.org/>

## Organisation/Strategie

### Standards verbessern

Freiwillige **ethische Codes müssen vereinbart und veröffentlicht werden als eindeutiger und verpflichtender Auftrag**, um alle Formen der Diskriminierung in der Berichterstattung, die auf allgemeinen Stereotypen und Vorurteilen basiert zu vermeiden. Diese Kodifizierungen sollten ebenso Handlungsanleitungen beinhalten, die Journalisten und Medienproduzenten helfen, **Hassreden zu unterbinden**, vor allem, wenn sie von öffentlichen Stellen<sup>4</sup> stammen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sollte seine Anstrengungen verstärken, den verschiedenen Nutzern gerecht zu werden und damit Programmstandards erreichen, die das Gewicht mehr auf Qualitätsbewerb legen, als auf Einschaltquoten. Medienorganisationen, die Dienstleistungen von **Nachrichtenagenturen** nutzen, sollten darauf drängen, Inhalte anzubieten, die auf höherem journalistischem Niveau stehen und in ethischer Weise Diversität ansprechen und reflektieren.

- Dieses Thema wird detailliert in dem IFJ Buch "To Tell You the TRUTH: The Ethical Journalism Initiative" behandelt, S.98.

### Sich für Diversität bereit machen

Wir sollten sicherstellen, dass interne Auswertungen über die Herausgeberpraxis und ethische Fragen, zum Beispiel **die Präsenz eines internen Ombudsmans / einer internen Kommission oder eines Zuständigen für Leserzuschriften**, die Notwendigkeit Diversitätsthemen angemessen zu behandeln, miteinbeziehen. Wir brauchen eine Diversitätspolitik, die auf Untersuchungen vor neuen Initiativen basieren und fortdauernd alle Diversitätsaktivitäten evaluiert.

- Ähnlich den Initiativen von BBC S.60, Channel 4 S.61 und VRT S.58.

### Europäisch und international handeln

**Es ist sinnvoll sich an transnationalen Diversitätsprojekten von Medien zu beteiligen** einschließlich Programmierung, Partnerschaften und anderen Aktivitäten, die einen besseren Transfer von Kenntnissen und Erfahrungen bei der Behandlung dieser Themen sicherstellen. Es gibt einen tatsächlichen Nachholbedarf bei dieser Art Initiativen, nicht nur zwischen Partnern auf der europäischen Ebene (zum Beispiel öffentlich-rechtlicher Rundfunk aus nord-westlichen europäischen Ländern mit Zentral- und Osteuropäischen Ländern), sondern auch auf globaler Ebene.

- Siehe das Europäische Kinder Radio (Radijojo) S.56 und Media Pairing for Diversity S.55.

### Unterstützung finden

**Suchen wir aktiv nach Informationen über bestehende Finanzierungsmöglichkeiten für Mediendiversitäts-Initiativen** durch verschiedene EU Fördermittel und -programme, wie zum Beispiel Europäischer Sozialfonds, Jugend in Aktion, Lebenslanges Lernen, Europa für Bürgerinnen und Bürger oder Kultur.

<sup>4</sup> Eine Sammlung von Codes für journalistische Ethik aus den meisten europäischen Ländern kann bei Ethicnet <http://ethicnet.uta.fi> gefunden werden.

## Was zivilgesellschaftliche Organisationen tun können

Zivilgesellschaftliche Organisationen umfassen Nichtregierungs-organisationen, kulturelle Gruppen, Berufsorganisationen und Institutionen, die Diversitätsförderung unterstützen und Diskriminierung bekämpfen.

### Interaktion mit Medien

#### *Sich mit Medien beraten*

Vor dem Beginn einer Mediendiversitäts-Initiative sollten sich Organisationen der Zivilgesellschaft mit entsprechenden Journalisten, Medienexperten, Akademikern, Beratern usw. austauschen, um sich zum Beispiel durch eine Machbarkeitsstudie und bei der Umsetzung des Projekts richtig vorzubereiten, sowie eine fortlaufende und abschließende Evaluierung sicherzustellen, einschließlich der Entwicklung von allgemeinen und Bewertungsrichtlinien.

- Vergleichbar der Arbeit des Gender, Konflikt und die Medien Projekts S.49, dem Mira Media Helpdesk S.53 und dem Roma Mainstream Media Internship Programme S.44 sowie den Richtlinien<sup>5</sup> über die Beziehungen mit den Medien für ZGOs.

#### *Medien und ihren Alltag verstehen*

Zieht ein **Medientraining des Personals, das mit Diversitätsthemen beschäftigt ist**, in Betracht, um seine Kenntnisse und sein Verständnis darüber zu verbessern, wie Medien, Journalismus, Alltag und Arbeitsabläufe funktionieren, und wie wirksame Medienpartnerschaften und -strategien geschaffen werden können, um Diversität zu fördern.

- Sowie jenes, das von Mira Media S.53, und der Media & Disability Initiative S.57 angeboten wird.

#### *Sei eine Informationsquelle*

Verbindet Euch mit **Medien- und Journalistenschulen** die mit Information und fachlichem Rat Programme entwerfen und produzieren helfen, die Diversitätsthemen abdecken. Medieninhalte, die von ZGOs produziert worden sind, sollten eine hohe Qualität haben mit Nachrichten- und Unterhaltungswert und nicht verwechselt werden mit PR Mitteilungen oder Videoclips.

- Siehe auch die Arbeiten von Visible Citizen S.38 und Mira Media's Helpdesk S.53, Quick Response S.35, the Refugee, Asylum-seekers & das Media Projekt S.47, Media Pairing for Diversity S.55 und die Media & MultiCulturalità (MMC2000) Webseite S.52.

#### *Überwachung und Zusammenarbeit*

**Unterstützt Überwachungsprozesse** und richtet dafür einen Arbeitsrahmen mit den Medien ein, um die Mediendarstellung bei der Behandlung dieser Themen zu überwachen und zu diskutieren.

- Siehe S.35 QuickResponse.

#### *Den Inhalt anpassen und die ‚Übertragbarkeit‘ über Grenzen hinweg beachten*

**Sorgen wir für mehr Übersetzung und Übertragung guter qualitativer Inhalte** (sowohl Handbücher und andere Quellen), über die gesamte Breite von Diskriminierungsthemen, die den Verkauf europäischer und internationaler Programme steigern und die Aufmerksamkeit erhöhen. Gleichzeitig sollte mehr Aufmerksamkeit darauf gerichtet sein, wann eine Initiative von einer Darstellung auf eine andere ‚übertragen‘ werden kann, da dies oft in der Zeitschiene irrelevant werden oder im schlimmsten Fall auch eine negative Wirkung haben kann.

<sup>5</sup> Diese Richtlinien sind auf der Webseite der Studie ([www.media4diversity.eu](http://www.media4diversity.eu)) abrufbar.

### *Kapazität für Mediendiversität aufbauen*

**Entwickeln wir nachhaltige Strategien** für alle Mediendiversität-Initiativen (wie zum Beispiel Initiativen, die gemeinsam von Mediengesellschaften finanziert werden), tauschen **beste Lösungsansätze** über die Projektumsetzung mit Medienpartnern aus und entwickeln wir **Richtlinien** für die Auswahl von Partnern und für Anstellungsverträge für Mediendiversitäts-Initiativen.

- Siehe das Gender, Konflikt und die Medien Projekt S.49, Media Pairing for Diversity S.55, Pearls S.54, Roma Mainstream Media Internship Programme S.44, die Media & Disability Initiative S.57 und die Media & MultiCulturalità (MMC2000) Webseite S.52.

## Das ganze Spektrum der Diversität

### *Mit anderen ZGOs, die komplementär arbeiten, verbinden*

**Suchen wir Vernetzungen und Partnerschaften mit anderen ZGOs**, die zusätzliche Kenntnisse oder Mittel haben, und die geplante oder bestehende Initiativen für Mediendiversität verstärken können, wie zum Beispiel NROs, die auf die Beziehungen zu Medien oder auf Techniken und Mittel zur Programmproduktion spezialisiert sind. Umgekehrt sollten NROs, die solche Fachkenntnisse oder Fertigkeiten anbieten, darüber sichtbarer informieren, zum Beispiel durch online Verzeichnisse.

- Siehe Pearls S.54 sowie die Richtlinien<sup>6</sup> über die Beziehungen mit den Medien für ZGOs.

### *Klare Botschaft*

**Entwerft individuelle Programme mit einem klar bestimmten Thema**, – selbst wenn dies aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden kann und zum Beispiel vielfältige Diskriminierungen anspricht –, um eine klare Botschaft zu haben und zu vermeiden, dass die Wirkung schwächer wird, weil sie zu allgemein gefasst und nicht zielgerichtet ist.

- Siehe die Visibility Campaign on Equal Opportunities for All S.50.

### *Diskriminierungen mit ihrem Ausgangspunkt verbinden*

**Fördern wir mehr Verständnis für den Ausgangspunkt und die Realitäten der Diskriminierung.** Vor allem bei Diskriminierungen, die ihren Ursprung in der Nationalität, Rasse oder ethnischen Zugehörigkeit hat geschieht dies in der öffentlichen Debatte Zentral- und Osteuropas zur Zeit recht unvollständig.

### *Vielfältige Diskriminierung ansprechen*

**Sprechen wir auch die geschlechtsspezifische Dimension von Diskriminierung an**, indem die Situation von **Mann und Frau** in jeder Gruppe, sowie der **jüngeren und älteren** Mitglieder jeder Gruppe und andere mögliche mehrfache Diskriminierung betrachtet wird.

### *Glaubensgemeinschaften einbeziehen*

Verstärken wir auch die Aufmerksamkeit darauf, dass die **Freiheit zum Religionsbekenntnis** im Zusammenhang mit Toleranz gegenüber allen Glaubensrichtungen und säkularen Meinungen ein **zunehmend wichtiger werdender Aspekt der europäischen Gesellschaft** wird.

### *Den Horizont öffnen*

Ermutigen wir die **Zusammenarbeit zwischen Gruppen, die verschiedene Formen der Diskriminierung bekämpfen** – ob sie auf Nationalität, Rasse oder ethnischer Zugehörigkeit basieren, auf der Geschlechtszugehörigkeit, der sexuellen Orientierung, Behinderung, Alter, Religion oder Glaubensrichtung –, um **Strukturen für einen Dialog mit Medienorganisationen** über die Behandlung dieser Themen **zu entwickeln**.

<sup>6</sup> Diese Richtlinien sind auf der Webseite der Studie ([www.media4diversity.eu](http://www.media4diversity.eu)) abrufbar.

### *Unterstützung finden*

Suchen wir aktiv nach Informationen über bestehende Finanzierungsmöglichkeiten für Mediendiversitäts-Initiativen durch verschiedene **EU Fördermittel und -programme**, wie zum Beispiel Europäischer Sozialfonds, Jugend in Aktion, Lebenslanges Lernen, Europa für Bürgerinnen und Bürger oder Kultur.

## Was politische Akteure tun können

**Politische Akteure umfassen nationale Behörden der EU Mitgliedsländer, Institutionen der Europäischen Union, zwischenstaatliche Organisationen, Finanzierungseinrichtungen sowie andere Institutionen in Europa, die einen politischen Rahmen, Trainingsprogramme und die Finanzierung von Initiativen für Mediendiversität mittragen.**

### Politische Ebene

#### *Vergleichswerte schaffen*

**Richten wir eine Übersicht von Diversitätspolitiken oder ihrer Umsetzung ein**, die sich auf Einstellungsverfahren (innerhalb von Medien) in Mitgliedsländern der EU beziehen um effektive Daten zu sammeln und eine Debatte und vergleichende Handlungsperspektive zu liefern, die den Fortschritt messbar macht.

- [Aus der Arbeitsgruppe Meinungs- und Redefreiheit Freedom and Diversität in den Medien' auf der ersten Konferenz über Grundrechte.](#)<sup>7</sup>

#### *Einfluss einer Ombudsperson auf europäischer Ebene fördern*

**Schaffen wir den Posten eines Spezialisten – eine Ombudsperson –**, um Dialog, Kooperation und Vernetzung zu ermöglichen, verbunden mit Verantwortlichkeiten bei der Prioritätensetzung auf der Programmebene bezogen auf Diversität, mit einem besonderen Augenmerk auf Mediendiversität. Die Rolle der **Europäischen Plattform von Regulierungsbehörden**<sup>8</sup> sollte gestärkt und die Koordination mit anderen internationalen Einrichtungen, wie der **Europäischen Audiovisuellen Informationstelle**<sup>9</sup> des Europarates verbessert werden.

- [Vergleichbar dem Büro für Chancengleichheit für alle Ombudsperson in Litauen, S.37.](#)

#### *Aufmerksamkeit auf Rechtsetzung erhöhen*

**Beraten wir mit Männern und Frauen in den verschiedenen Gemeinschaften, mit Journalisten, mit Gruppen von Medienprofessionellen und mit Medien selbst über das Gleichgewicht zwischen Selbstregulierung und Gesetzgebung, um zur mehr Anerkennung der Mediendiversität durch Medien beizutragen**, und stellen wir sicher, dass bestehende satzungsgemäße Instrumente wie Audiovisuelle Körperschaften, Richtlinien und Gesetze für öffentlich-rechtlichen Rundfunk oder europäische Anti-Diskriminierungs-Gesetzgebung, bekannt sind, gefördert und angewendet werden, zum Beispiel durch Gleichstellungseinrichtungen, und dass, falls erforderlich, verstärkende oder positive Aktionen in Betracht gezogen werden.

- [bzgl. der Arbeit des Diversität Observatorium der französischen audiovisuellen Informationstelle \(CSA\), S.57.](#)

7 Organisiert bei der Europäischen Agentur für Grundrechte (FRA) am 8-9 Dezember 2008 in Paris

8 <http://www.epra.org/content/english/index2.html>

9 <http://www.obs.coe.int/index.html>

### *Politischen Einfluss nutzen*

**Nutzen wir den Einfluss der EU, um Mitgliedsländer zu drängen**, mit ihren Anstrengungen für den Respekt und Schutz von Minderheiten und anderen Gruppen, die Diskriminierung erfahren, und bei den Grundrechten, fortzufahren. Falls notwendig sollten wir sie an die Bedeutung der Kopenhagener Kriterien und ihrer fortdauernden Respektierung erinnern oder Mitgliedsländer beim Namen nennen, die in Bezug auf Mediendiversität unzureichend aufgestellt sind.

### *Eine diversifizierte Medienlandschaft unterstützen*

Setzen wir uns für Rundfunklizensensysteme ein, die **gemeinschaftliche / gemeinnützige Medienprogramme** von - aber nicht ausschließlich für - Minderheiten möglich machen.

- [Aus der Arbeitsgruppe Meinungs- und Redefreiheit und Diversität in den Medien' auf der ersten Konferenz über Grundrechte.](#)<sup>10</sup>

## Die Programmebene

### *Längerfristige Vereinbarungen*

**Entwickeln wir längerfristige Förderprogramme und eine Fortführung der Förderung** für relevante Initiativen der Mediendiversität. Mit dem Ziel, die Werte sozialer Kohäsion und Integration zu stärken, können wirkungsvolle Initiativen der Mediendiversität, die nachhaltige und dauerhafte Effekte auf die Gesellschaft erzielen sollen, nur erreicht werden, wenn sie langfristig unterstützt werden.

- [Der Erfolg des Roma Mainstream Media Internship Programmes S.44 das zehn Jahre lang unterstützt wurde steht für die Bedeutung langfristiger Finanzierung, während die meisten in dieser Studie vorgestellten Projekte zwischen 1 und 3 Jahren finanziert wurden.](#)

### *Intelligente und relevante Förderung*

**Setzen wir Prioritäten für Initiativen, die bestehende Lücken füllen** (vor allem in Bezug auf Diskriminierungsursachen); unterstützen wir Medienproduktionen von / über Diversität auch innerhalb bestehender Programme; unterstützen wir Mainstreaming, Promotion und die Verbreitung von Diversitätsthemen und -problemen; schaffen wir Kapazitäten für Medien- und zivilgesellschaftliche Organisationen, die solche Initiativen umsetzen und Dialog sowie Vernetzung ermöglichen.

### *Bestehende gute Lösungsansätze verbreiten*

**Setzen wir uns für die Einrichtung einer Clearingstelle oder einer „virtuellen Bücherei“ ein**, wo Leute, die mit Medien und Diversitätsthemen befasst sind, Handbücher oder andere relevante Informationen über Probleme, Praktiken und Akteure der Mediendiversität abrufen können. Die vorliegende Studie enthält eine erste Liste von Handbüchern für Mediendiversität, ruft aber politische Akteure dazu auf, eine Übersicht der bestehenden Literatur und die Einrichtung solch einer Clearing-Stelle/virtuellen Bücherei zu fördern.

- [Vergleiche jene, die MDI auf ihrer Webseite anbietet](#)<sup>11</sup>, und den Aufruf von IFJ für eine 'Bibliothek der Denker' für Journalisten in ihrer Ethical Journalism Initiative, S.98.

### *Bestehende Fördermöglichkeiten der EU bekannt machen*

Erhebliche Anstrengungen sind erforderlich, um **allen interessierten Gruppen Informationen über bestehende Finanzierungsmöglichkeiten für Mediendiversitäts-Initiativen** durch verschiedene EU Fördermittel und -programme wie Europäischer Sozialfonds, Jugend in Aktion, Lebenslanges Lernen, Bürgerschaft und Kultur **zukommen zu lassen**.

<sup>10</sup> Organisiert bei der Europäischen Agentur für Grundrechte (FRA) am 8-9 Dezember 2008 in Paris

<sup>11</sup> [www.media-diversity.org](http://www.media-diversity.org)

### *Bestehende Medienpädagogik Programme bekanntmachen*

Neue Medienpädagogik Programme und die Errichtung einer **Clearingstelle für vorhandene Medienpädagogik Programme** brauchen unsere Unterstützung, die der breiten Öffentlichkeit und vor allem jenen Gruppen, die Diskriminierung erfahren, zugute kommt.

### *Strategische Allianzen schaffen*

**Beziehen wir alle 20+ europäischen Medienorganisationen in Mediendiversitätsprogramme ein**, wie die Europäische Zeitungsverleger Gemeinschaft, die Gemeinschaft des kommerziellen Fernsehens in Europa, die Gemeinschaft der Europäischen Radios, die Gemeinschaft von Fernseh- und Radio-Verkaufshäusern, die Europäische Digitale Mediengemeinschaft, die Europäische Föderation von Magazinherausgebern usw.<sup>12</sup>.

- [Vergleiche der Ethical Journalism Initiative von IFJ, S.98.](#)

### *Forschungsprojekte in Auftrag geben*

Setzen wir uns für Forschungsprojekte ein, die sich negativen und positiven **Wirkungen der Medienberichterstattung über Diversität**, über **geschäftliche Möglichkeiten der Mediendiversität einschliesslich von Geschäftsmodellen mit gemischter Finanzierung** (Werbung, Abonnements und öffentliche Finanzierung) **für Medienorganisationen befassen**, die ausschliesslich Diversitätsprobleme behandeln.

- [Siehe die Studien, die vom Diversität Observatorium der französischen audiovisuellen Informationsstelle \(CSA\) S.57 in Auftrag gegeben wurden, oder das mischfinanzierte Geschäftsmodell des Respect Magazins, S.32.](#)

## Die Projektebene

### *Gute Lösungsansätze auszeichnen*

**Unterstützen wir Medienpreise für Diversität auf nationaler und europäischer Ebene**, die ihre Wirkung auf die Förderung und Verstärkung von Journalismus- und Programmstandards erfassen. Behalten wir dabei eine mögliche Fragmentierung bestehender Preise als Ergebnis zu vieler Preise zu gleichen Themen im Auge.

- [Siehe die Preisübersicht S.66.](#)

### *Zu Vernetzungen ermutigen*

**Vernetzungsprojekte und Dialogplattformen** sind wichtig, die den Austausch von besten Lösungsmöglichkeiten zwischen Mediendiversitätsprojekten in Europa aber auch mit anderen Teilen der Welt erleichtern; dies betrifft vor allem Regionen mit langen Traditionen für solche Projekte. Dies könnten Netzwerkprojekte sein, die nur Medienprofessionelle erfassen oder nur Personal von ZGOs aber auch die Kombination beider Seiten.

- [Siehe die IFJ Ethical Journalism Initiative S.98 und das MDI Reporting Diversity Curriculum S.97 und das Media4Diversity Seminar in Prag S.74.](#)

### *Training unterstützen*

Wir müssen die **Einrichtung von Stipendien fordern, Training fördern** sowie **Trainingsprojekte für Trainer**, dabei Journalistenexperten als Tutoren und Kursplaner **einsetzen**, um darüber zu unterrichten, wie Probleme bezogen auf Migranten, Asylsuchende, Flüchtlinge, Behinderte und andere Gruppen, die Diskriminierungen ausgesetzt sind, dargestellt werden; Training, das in Zusammenarbeit mit dem NRO Sektor organisiert wird könnte sich richten an:

- Journalismusschulen (Kurse zur ‚interkulturellen Erziehung‘ fördern),
- Aufstiegstraining innerhalb von Medienorganisationen,

<sup>12</sup> Eine sämtliche Liste kann bei [www.journalismstudies.eu](http://www.journalismstudies.eu) gefunden werden.

- Berufsorganisationen der Herausgeber, Journalisten, Besitzer / Manager sowie
- Angehörige des öffentlichen Dienstes und Akteure des zivilen Dialogs (wie Richter, Ministerialbeamte und andere öffentlich Bedienstete) über die Frage, wie Mitteilungen der Presse vorgestellt und Möglichkeiten geschaffen werden, aus den Erfahrungen von anderen NROs zu lernen.
  - [Vergleiche auch jene, die von Creative Collective S.46, Mama Youth S.48 und Roma Mainstream Internship Programme S.44 gefördert wurden.](#)



Europäische Kommission

**Media4Diversity – Vielfalt in den Medien - eine Bestandsaufnahme  
– Eine Studie zum Thema Medien und Vielfalt in den Mitgliedsstaaten der EU  
und drei EFTA-Ländern**

Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften

2009 — S. 15 — 21 x 29,7 cm



## Wo erhalte ich EU-Veröffentlichungen?

### **Kostenpflichtige Veröffentlichungen:**

- über den EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>);
- über die Buchhandlung mit Angabe des Titels, des Verlags und/oder der ISBN-Nummer;
- direkt über eine unserer Verkaufsstellen.

Die Kontaktangaben erhalten Sie über die Internetadresse <http://bookshop.europa.eu> oder durch eine Anfrage per Fax unter der Nummer +352 2929-42758.

### **Kostenlose Veröffentlichungen:**

- über den EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>);
- bei den Vertretungen und Delegationen der Europäischen Kommission.

Die Kontaktangaben erhalten Sie über die Internetadresse <http://ec.europa.eu> oder durch eine Anfrage per Fax unter der Nummer +352 2929-42758.

Falls Sie an den **Veröffentlichungen** der Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit interessiert sind,

können Sie sie unter folgender Adresse herunterladen:

<http://ec.europa.eu/social/publications>

oder sich unter folgender Adresse kostenlos online registrieren:

[http://ec.europa.eu/employment\\_social/publications/register/index\\_de.htm](http://ec.europa.eu/employment_social/publications/register/index_de.htm)

**ESmail** ist der elektronische Informationsbrief der Generaldirektion Beschäftigung, Soziales und Chancengleichheit.

Registrieren Sie sich online unter:

[http://ec.europa.eu/employment\\_social/emplweb/news/esmail\\_de.cfm](http://ec.europa.eu/employment_social/emplweb/news/esmail_de.cfm)

<http://ec.europa.eu/social>

