

# PROFESSIONELLE MEDIEN SIND VIELFÄLTIG

Warum sich mehr Vielfalt für alle lohnt.



# SO VIELFÄLTIG SIND DEUTSCHE MEDIEN WIRKLICH

Fakt ist: Die meisten Redaktionen sind mit Kolleg\*innen besetzt, die überdurchschnittlich weiß und ohne Rassismus- oder Armutserfahrung sind. Sie sind auch auffallend oft heterosexuell und haben keine Behinderung. Und auch im Jahr 2021 sind die meisten Führungspositionen in den Medien immer noch mit Männern besetzt.

## CHEFREDAKTEUR\*INNEN IN DEUTSCHEN MEDIEN <sup>1</sup>

6,4% mit Migrationshintergrund

93,6% ohne Migrationshintergrund

## FRAUENMACHTANTEIL IN DEUTSCHEN LEITMEDIEN <sup>2</sup>

38,9 % Frauen in Führungspositionen

<sup>1</sup> NDM-Bericht „Diversity im deutschen Journalismus“

<sup>2</sup> ProQuote Medien

# ECHTE VIelfALT – FÜR ALLE!

## VIelfALT BEDEUTET,...

...dass **niemand mehr ausgeschlossen** wird. Der Weg dorthin funktioniert nur, wenn wir unseren Content – egal, ob Native Article, Brand Story, Brand Gallery oder Werbemittel – an die gesellschaftliche Realität anpassen.

## VIelfALT IST...

...viel **mehr als eine Frage des Images** und geht weit über die Repräsentation von Minderheiten hinaus.

## VIelfALT BRINGT...

...auch **neue Themen, Perspektiven und Geschichten** – statt der ewig gleichen Klischees.



# WAS BEDEUTET DIVERSITÄT EIGENTLICH GENAU?

Diversity bezieht sich auf sichtbare und unsichtbare Merkmale jedes Menschen.

## DIMENSIONEN VON DIVERSITY

Dazu gehören unter anderem:

- + das Geschlecht
- + die soziale und kulturelle Herkunft
- + das Alter
- + die sexuelle Orientierung
- + der Familienstand
- + die physische und psychische Verfassung / Behinderung



# NEUE ZIELGRUPPEN SORGEN FÜR EIN BREITERES PUBLIKUM

Noch immer glauben viele, die sich mit Werbung und Content Marketing beschäftigen, dass das Publikum im Grunde dasselbe wie vor fünfzig Jahren und auffallend homogen ist. Studien belegen das Gegenteil: **Immer mehr Menschen identifizieren sich offen als LSBTIQ\***. Und die potenzielle Zielgruppe wird noch größer, bedenkt man, dass LSBTIQ\* auch Freund\*innen, Bekannte und Familienangehörige haben, die sich ebenfalls für das Thema interessieren.

\* LSBTIQ steht für lesbisch, schwul, bisexuell, trans-, intergeschlechtlich und queer.

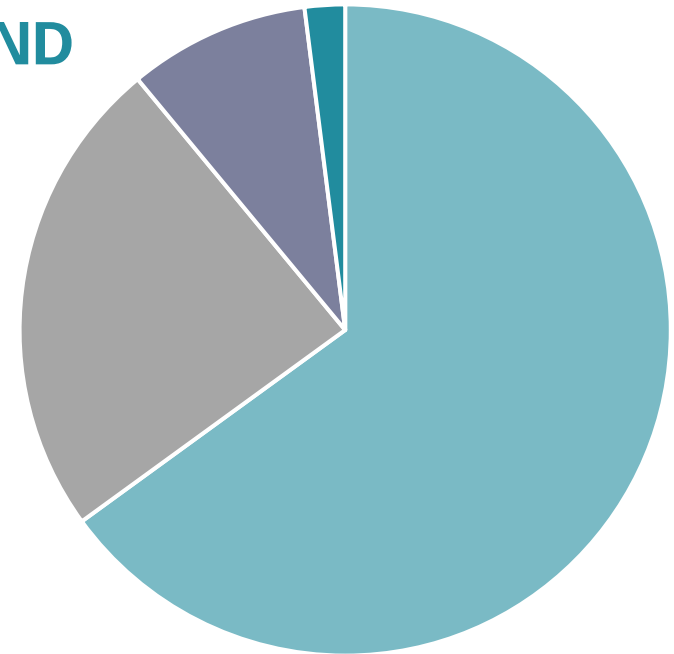
## SEXUELLE ANZIEHUNG IN DEUTSCHLAND

**65 %** interessieren sich ausschließlich für  
das andere Geschlecht

**24 %** gehören der LSBTIQ-Community an

**9 %** wollen dazu keine Auskunft geben

**2 %** sind sich unsicher



# EINGEWANDERTE & IHRE NACHKOMMEN: UNTERSCHÄTZT?

Was von vielen Medien noch heute unterschätzt wird: Auch Menschen mit Einwanderungsgeschichte holen sich ihre Informationen überwiegend aus deutschsprachigen Medien und lassen sich von diesen beeinflussen. Untersuchungen zeigen aber auch: Menschen, die nicht typisch deutsch aussehen oder heißen, finden sich in den Medien oft nicht wieder und empfinden die Berichterstattung mitunter sogar als diskriminierend.

## WIE WICHTIG IST ES MENSCHEN MIT MIGRATIONS-HINTERGRUND\*, DASS SIE IN DEN DTSCH. MEDIEN ZU SEHEN UND ZU HÖREN SIND?

- 62 %** sehr wichtig / wichtig
- 30 %** gar nicht / weniger wichtig
- 8 %** weiß nicht

\* im Alter zwischen 20 und 40 Jahren

# MENSCHEN MIT BEHINDERUNG KÄMPFEN MIT BARRIEREN

Auch Menschen mit Behinderung nutzen die Medien mindestens so stark wie die Gesamtbevölkerung. Anders als der Rest der Gesellschaft stoßen sie aber regelmäßig auf Barrieren wie fehlende Untertitel oder Audiotranskriptionen.

## EIN BEISPIEL: TV-NUTZUNG VON MENSCHEN MIT BEHINDERUNG



61 %

... der Ertaubten sind unzufrieden mit der Barrierefreiheit im TV

43 %

... der Hörbeeinträchtigten sind unzufrieden mit der Barrierefreiheit im TV

48 %

... der Blinden sagen, dass sie den Inhalten im TV „gelegentlich“ bis „sehr oft“ nicht folgen können.

# WIR DÜRFEN DEN GESELLSCHAFTLICHEN WANDEL NICHT IGNORIEREN

Wir sorgen dafür, dass mediale Eintönigkeit der Vergangenheit angehört.



# REICH AN PERSPEKTIVEN, ARM AN KLISCHEES

Doch wie geht professioneller Journalismus für eine plurale Gesellschaft?

Sprache kann für alle Diversity-Dimensionen mehr Sensibilisierung, Teilhabe und Gleichberechtigung bedeuten. Wir können sie anpassen, verändern und dafür sorgen, dass wir ohne Barrieren miteinander kommunizieren können.

## PUNKT 1 | GESCHLECHTERGERECHTE SPRACHE

Geschlechtergerechte Sprache und sensible Formulierungen sind für die Berücksichtigung von Vielfalt und Gender besonders wichtig. In der geschriebenen Sprache ist das Sternchen oder der Doppelpunkt zwischen weiblicher und männlicher Form für geschlechtergerechte Formulierungen weit verbreitet. Es umfasst nicht nur Frau und Mann, sondern die Vielzahl von Geschlechtsidentitäten.

Beispiel: Leser\*innen oder auch Kund:innen



# REICH AN PERSPEKTIVEN, ARM AN KLISCHEES

Doch wie geht professioneller Journalismus für eine plurale Gesellschaft?

## PUNKT 2 | LEICHTE SPRACHE

Um Menschen mit Lernschwäche oder Behinderung den Alltag zu erleichtern, gibt es die sogenannte „Leichte Sprache“. Gesetztestexte, Pressemitteilungen und E-Mails sind nicht immer einfach zu verstehen. Wenn sie aber in „Leichter Sprache“ verfasst werden, kann das die **gleichberechtigte Teilhabe erleichtern**.

Regeln für die „Leichte Sprache“ sind vor allem **kurze Sätze und einfache Satzkonstruktionen**. Außerdem sollte man darauf achten, nur eine Aussage pro Satz zu äußern und ohne Genitiv zu formulieren. Auch Wiederholungen und der Gebrauch von Umgangssprache vereinfachen das Textverständnis.

Beispiel: „Das Amt ist gut an den öffentlichen Nahverkehr angeschlossen.“  
besser: **„Das Amt erreicht man gut mit Bus und Bahn.“**

# REICH AN PERSPEKTIVEN, ARM AN KLISCHEES

Doch wie geht professioneller Journalismus für eine plurale Gesellschaft?

## PUNKT 3 | VIELFALT IN BILDERN ERZÄHLEN

Was sollte man bei der Auswahl von Bildmaterial beachten? Wie lässt sich gesellschaftliche Vielfalt bildlich repräsentieren? Wir achten darauf, dass das verwendete Material in unseren Produkten **klischeefrei** und **diskriminierungssensibel** gestaltet wird.

Eine gelungene Orientierung bietet dabei auch die Fotodatenbank [gesellschaftsbilder.de](https://gesellschaftsbilder.de), die 2016 vom Berliner Verein SOZIALHELDEN e.V. ins Leben gerufen wurde.



Quelle: [gesellschaftsbilder.de](https://gesellschaftsbilder.de)

# REICH AN PERSPEKTIVEN, ARM AN KLISCHEES

Doch wie geht professioneller Journalismus für eine plurale Gesellschaft?

## PUNKT 4 | TEXT-TO-SPEECH FÜR MENSCHEN MIT SEHBEHINDERUNG

Wir können barrierefreie Inhalte auch für Menschen mit Sehbehinderung erstellen. Das A und O ist hierbei ein [barrierefreier Media Player](#), der vollständig per Tastatur bedienbar ist sowie große und gut erkennbare Bedienelemente besitzt.

## PUNKT 5 | UNTERTITEL FÜR MENSCHEN MIT HÖRBE- EINTRÄCHTIGUNG

[Untertitel für Gehörlose für Videos und Audiodateien](#) kommen nicht nur denen zugute, die keinerlei akustische Wahrnehmung haben, sondern auch jenen Schwerhörigen, die Laute wahrnehmen und gute Lippenleser sind. Studien haben ergeben, dass die [ideale Untertiteldauer zwischen 2 und 3,5 Sekunden pro Zeile](#) liegt.



# FAZIT: WIE BRINGEN WIR DIVERSITÄT IN UNSERE CONTENT MARKETING PRODUKTE?

- ✓ Wir sorgen dafür, dass niemand ausgeschlossen wird und sich alle angesprochen fühlen – unabhängig von Alter, Geschlecht, Herkunft, sexueller Orientierung oder auch psychischer sowie physischer Einschränkung.
- ✓ Wir sorgen für eine geschlechtergerechte und leicht zugängliche Sprache.
- ✓ Wir zeigen Vielfalt in Bildern und machen Videos & Audios für alle zugänglich.
- ✓ Wir geben entsprechende Empfehlungen und beraten Sie auf allen Ebenen, um einen vielfältigen Erfolg für Ihr Produkt zu erzielen.



## **SIE HABEN FRAGEN ODER ANREGUNGEN?**

Kontaktieren Sie mich gerne.

Janina Kötz

Senior Content Redakteurin, iq digital

[janina.koetz@iqdigital.de](mailto:janina.koetz@iqdigital.de)