

Zielsetzung, Konzeption und Basisdaten einer repräsentativen Untersuchung der ARD/ZDF-Medienkommission

→ Medien und Migranten 2011

Von Erk Simon* und Ulrich Neuwöhner**

Fast 16 Millionen Menschen in Deutschland mit Migrationshintergrund

Welche Medien nutzen Migranten in Deutschland, welche Trends ergeben sich bei der Nutzung heimat- und deutschsprachiger Medienangebote, und wie sieht die Entwicklung bei der jungen Generation aus? Im zukünftigen Publikum der Medien werden Menschen, die selbst oder deren Eltern nach Deutschland eingewandert sind, allein aufgrund des Bevölkerungsanteils eine noch stärkere Rolle spielen als bisher. So haben von den unter 35-Jährigen 27 Prozent einen Migrationshintergrund, von den unter 20-Jährigen sind es 30 Prozent. (1) Insgesamt leben fast 16 Millionen Menschen mit einer Zuwanderungsgeschichte in Deutschland, mit einem Bevölkerungsanteil von knapp 20 Prozent sind sie damit schon heute ein wichtiger Teil des Publikums der Fernseh-, Radio- und Internetangebote. Die Medien können ihre integrative Funktion nur dann erfüllen, wenn sie auch genutzt werden und Informationen somit verschiedene soziale und kulturelle Gruppen auch erreichen können. Insofern sind neben der Repräsentanz von Zuwanderern in den Medien auch die potenzielle Erreichbarkeit der Zielgruppe durch attraktive Inhalte und relevante Themen zentrale Voraussetzungen für die intendierten Integrationseffekte.

Für ein besseres Verständnis der medialen Bedürfnisse und der inhaltlichen Erwartungen der Migranten in Deutschland sind grundlegende Informationen über das Medienverhalten unverzichtbar. Obgleich die Abbildung dieser Bevölkerungsgruppe in den Standardinstrumenten der Markt- und Medienforschung nach wie vor unzureichend ist, hat sich die Datenlage in den letzten Jahren durch Ad-hoc-Studien sowie Bemühungen um eine bessere Einbeziehung der Migranten in die kontinuierliche Publikumsforschung deutlich verbessert. So bildet etwa die Standard-Reichweiterehebung für das Medium Radio, die Media-Analyse, seit 2009 als Grundgesamtheit die deutsch sprechende Bevölkerung insgesamt ab, bezieht also auch deutsch sprechende Migranten unabhängig von ihrer Herkunft ein. (2) Eine analoge Definition der Grundgesamtheit wurde bei der jüngsten Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2010 zugrunde gelegt.

Studie zum zweiten Mal durchgeführt

Zum zweiten Mal nach 2007 führten ARD und ZDF 2011 die methodisch äußerst anspruchsvolle Studie „Medien und Migranten“ durch und legen damit aktuelle und differenzierte Daten zur Mediennutzung der Menschen mit einem Zuwanderungshintergrund vor.

* WDR Medienforschung.

** SWR-Medienforschung/Programmstrategie.

Das Institut TNS/EMNID befragte zwischen Januar und März 2011 insgesamt 3302 Menschen mit einem Migrationshintergrund aus sechs Herkunftsländern bzw. -regionen (vgl. Tabelle 1). Die Befragten sind repräsentativ für 7,4 Millionen Migranten ab 14 Jahren, dies entspricht 59 Prozent aller in Deutschland lebenden Migranten. Der Migrationshintergrund nach der Definition des Statistischen Bundesamtes umfasst alle nach 1949 in das heutige Gebiet der Bundesrepublik Deutschland Zugewanderten, alle in Deutschland geborenen Ausländer sowie alle in Deutschland Geborenen mit zumindest einem zugewanderten oder als Ausländer in Deutschland geborenen Elternteil.

Im Vergleich zur ersten Welle „Migranten und Medien 2007“ wurden einige inhaltliche und methodische Änderungen vorgenommen, wobei die Herausforderung darin bestand, die generelle Vergleichbarkeit der Ergebnisse nicht zu gefährden und gleichzeitig Optimierungen vorzunehmen, die inhaltlich und forschungsökonomisch angezeigt waren. Die Stichprobe wurde diesmal nicht als Kombination von ADM-Auswahlverfahren und onomastischer Stichprobe, sondern komplett als onomastische Stichprobe für alle sechs Migranten-gruppen realisiert.

Das onomastische Verfahren, welches in Studien mit Personen aus verschiedenen Herkunftsländern bereits erfolgreich eingesetzt wurde, nutzt Forschungsergebnisse aus der Namensforschung, in dem Wahrscheinlichkeiten für die sprachliche Herkunft von Namen ermittelt werden. (3) Die Auswahlgrundlage für die nach Herkunft zu analysierenden Namenslisten bildete das öffentliche Telefonverzeichnis, die Stichprobenziehung erfolgte proportional zur Verteilung der jeweiligen Migranten-gruppe nach Bundesland und BiK-Regionsgrößenklasse. Die Quelle für die Berechnung der statistischen Vorgaben sind die Daten des Statistischen Bundesamtes aus dem Mikrozensus 2009, wobei hier die Zahlen für den Migrationshintergrund im engeren Sinne zugrunde gelegt wurden.

Die Befragung erfolgte in Form von telefonischen Interviews (CATI), wobei durchgängig zweisprachige Interviewer zum Einsatz kamen. Für die Ausschöpfung der Stichprobe und die Aussagekraft der Ergebnisse ist der Einsatz von heimat-sprachigen Interviewern in derartigen Untersuchungen eine entscheidende Voraussetzung: Jeder Befragte konnte vor dem Interview wählen, ob er die Befragung lieber in der Heimatsprache oder lieber in Deutsch durchführen möchte, ein Wechsel der Sprache war im Verlauf des Interviews jederzeit möglich. Insgesamt wurden 76 Prozent der Interviews in deutscher Sprache und 24 Prozent in der Heimatsprache durchgeführt, wobei der Anteil heimat-sprachiger Interviews bei Befragten ab 50 Jahre mit 34 Prozent am höchsten und bei den 14- bis 29-Jährigen mit 9 Prozent am geringsten war. In der Befragtengruppe mit türkischer Herkunft wurde am häufigsten die Heimatsprache gewählt (54%) (vgl. Tabelle 2).

Migrationshintergrund nach Definition des Statistischen Bundesamtes

Bevölkerungszahlen und Fallzahlen

Telefonische CATI-Interviews mit zweisprachigen Interviewern

① **Bevölkerungszahlen und Fallzahlen in der Stichprobe**

Bevölkerung ab 14 Jahren in Mio, Anteil an allen Personen mit Migrationshintergrund in %

	Bevölk. ab 14 J. in Mio	Anteil an allen Personen mit Migrationshintergrund in %	Befragte Anzahl
Russland/ehem. UdSSR	2,32	19	500
Türkei	2,15	17	800
Polen	1,15	9	500
Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien-Herzegowina	0,78	6	500
Italien	0,65	5	501
Griechenland	0,33	3	501
Gesamt	7,38	59	3 302

Fallzahl ungewichtet in der Stichprobe „Migranten und Medien 2011“.

Quellen: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2009; ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

② **Interviewsprache nach Alter und Migrationshintergrund**

	Gesamt	14–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.	Russland/ ehem. UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina
Fallzahl ungewichtet	3 302	661	1 618	1 023	500	800	501	501	500	500
Sprache des Interviews in %										
deutsch	76	91	75	66	86	46	97	98	85	94
heimatsprachig	24	9	25	34	14	54	3	2	15	6

Basis: n=3 302 Befragte ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

Bessere Vergleichbarkeit mit Studie Massenkommunikation

In der aktuellen Welle wurde eine verbesserte Vergleichbarkeit mit Ergebnissen der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation angestrebt, um Gemeinsamkeiten und Unterschiede im Medienverhalten von Migranten im Vergleich zur deutsch sprechenden Gesamtbevölkerung abzubilden.

Analog zur ersten Studie wurden die Abfragen zur sprachgebundenen Mediennutzung und zu den Reichweiten der Medien im Tagesverlauf gestaltet. Die gemeinsame Abfrage von Fernsehen, Radio und Internet – in den Basisdaten auch der Tageszeitung – ermöglicht vergleichende sowie crossmediale Analysen zur Erreichbarkeit von Migranten im Tagesverlauf.

Die Themen im Überblick:

- Nutzung heimat- und deutschsprachiger Medienangebote (Fernsehen, Radio, Internet, Tageszeitung),
- Mediennutzung im Tagesablauf,
- Nutzungsmotive/Funktionen der Medien,
- Sparteninteressen Fernsehen,
- Programmnutzung Fernseh- und Radioprogramme,
- Bewertung/Images der Fernsehprogramme,
- Internetnutzung mit dem Fokus soziale Netzwerke,
- Integrationsindikatoren,
- Soziodemografie und Haushaltsausstattung.

Zwei weitere Modifikationen betreffen die Stichprobe. In der diesjährigen Befragung wurde die Gruppe der Spätaussiedler nicht als gesonderte Stichprobe gezogen, stattdessen wurden Menschen mit einem Migrationshintergrund aus der Russischen Föderation bzw. den Nachfolgestaaten der ehemaligen UdSSR einbezogen. Die Bevölkerungszahlen des Statistischen Bundesamtes zeigen eine deutliche Zunahme der Bevölkerung in dieser Gruppe, so dass schon aus diesem Grund eine Modifikation der Stichprobe notwendig wurde. Der Status Spätaussiedler in den Stichproben der Befragten aus Polen und Nachfolgestaaten der ehemaligen UdSSR ist aber weiterhin auswertbar.

In der Stichprobe der Befragten türkischer Herkunft wurde die Fallzahl in der diesjährigen Studie von 500 auf 800 Fälle aufgestockt, um für diese Gruppe, in welcher bekanntermaßen die Nutzung heimat Sprachiger Programme besonders relevant ist, vertiefende Analysen für differenzierte Teilgruppen zu ermöglichen.

Sprachkenntnisse als wichtige Integrationsvoraussetzung

Bevor die Ergebnisse der Studie zum Mediennutzungsverhalten dargestellt werden, soll die Frage nach den Voraussetzungen im Vordergrund stehen. Wie steht es um die Integration von Personen mit Migrationshintergrund?

Modifikationen der Stichprobe

③ **Deutschkenntnisse: Deutsch verstehen 2007 und 2011**

*Selbsteinschätzung sehr gut/gut auf einer fünfstelligen Skala
Erwachsene ab 14 J., Angaben in %*

	Gesamt		14-29 Jahre	
	2007	2011	2007	2011
Migranten gesamt	76	80	92	95
Russland/ehem. UdSSR	n.v.	77	n.v.	96
Türkei	61	70	87	92
Griechenland	87	89	97	96
Italien	77	90	93	97
Polen	84	87	95	96
Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegovina	97	93	98	100

Quelle: ARD/ZDF-Studien Migranten und Medien 2007 und 2011.

Die wichtigste Voraussetzung zur Wahrnehmung kultureller Angebote in Deutschland, von denen die Medienangebote einen relevanten Teil darstellen, bilden Deutschkenntnisse. In der öffentlichen Diskussion, aber auch im politischen Handeln, spielt die Förderung von Deutschkenntnissen wie auch die Forderung an Migranten, ihre Deutschkenntnisse zu verbessern, eine zentrale Rolle. So weist das Zuwanderungsgesetz aus dem Jahr 2007 für Migranten einerseits einen Rechtsanspruch auf Integrationskurse aus, andererseits für Zuwanderer mit geringen deutschen Sprachkenntnissen die verbindliche Teilnahme an Deutschkursen mit abschließender Prüfung.

Türkische und italienische Migranten mit am stärksten verbesserten Deutschkenntnissen

80 Prozent der sechs Migrantengruppen stufen ihre Kenntnisse hinsichtlich „Deutsch verstehen“ zumindest als gut ein. Gegenüber der ARD/ZDF-Studie 2007 bedeutet dies eine Zunahme um 4 Prozentpunkte (vgl. Tabelle 3). Die Verbesserung der Deutschkenntnisse zeigt sich in allen fünf vergleichbaren Nationalitätengruppen, wobei die größten Fortschritte bei Migranten mit türkischem oder italienischem Hintergrund zu beobachten sind. (4) Besonders gute Deutschkenntnisse weisen die Befragten aus dem Gebiet des ehemaligen Jugoslawien auf, gefolgt von Personen mit italienischen, griechischen oder polnischen Wurzeln. Wie bereits 2007 gilt einerseits weiterhin, dass Personen mit türkischem Migrationshintergrund im Vergleich zu den anderen Nationalitätengruppen weniger gut deutsch verstehen. Andererseits ist vor allem bei ihnen eine deutliche Verbesserung der deutschen Sprachkenntnisse erkennbar: 70 Prozent stufen ihre Deutschkenntnisse (Deutsch verstehen) als sehr gut oder gut ein (2007: 61%). Der Anteil derjenigen, die nur in geringem Umfang Deutsch verstehen, ist von 15 auf 10 Prozent gesunken.

95 % der unter 30-Jährigen schätzen ihre Deutschkenntnisse als gut ein

In der jungen Generation, das heißt bei den unter 30-Jährigen, verstehen nahezu alle gut oder sehr gut Deutsch: 95 Prozent schätzen ihre Kenntnisse zumindest als gut ein. 2007 waren es 92 Prozent.

Bei jungen Menschen mit serbokroatischem Migrationshintergrund liegt der Anteil mit 100 Prozent am höchsten, bei türkischstämmigen bei 92 Prozent. Im Vergleich zu den Ergebnissen aus 2007 haben sich auch hier die Kenntnisse der türkisch- und italienischstämmigen Personen am meisten verbessert. Somit verfügen die jungen Migranten auch über die besten Voraussetzungen zur Nutzung deutschsprachiger Medienangebote.

Andere in der Studie erhobene Aspekte zur Sprachkompetenz (Deutsch sprechen, Deutsch lesen, Deutsch schreiben) zeigen sich gegenüber 2007 insgesamt leicht verbessert. Auch hier trifft zu, dass in der jungen Generation die Lese-, Sprach- und Schreibkompetenz in Deutsch deutlich über dem Durchschnitt liegt. Die aktiven Sprachkenntnisse (Deutsch sprechen) haben sich vor allem bei den jungen türkischstämmigen Migranten im Vergleich zu 2007 von 80 Prozent auf 91 Prozent überproportional verbessert.

Die große Mehrheit der Menschen mit Migrationshintergrund versteht und spricht auch weiterhin die Herkunftssprache zumindest gut. Knapp 90 Prozent aller Befragten geben im Interview an, ihre Herkunftssprache zumindest gut zu verstehen, und fast genauso viele, diese auch selbst zumindest gut zu sprechen (86%) (vgl. Tabelle 4). Überdurchschnittlich sind hier die Kenntnisse bei Personen mit polnischem Hintergrund, durchschnittlich dagegen bei Personen mit italienischem Migrationshintergrund. Von den jungen italienischstämmigen Personen sprechen lediglich 64 Prozent noch sehr gut oder gut Italienisch.

Knapp 90 Prozent verstehen auch die Herkunftssprache gut

Im familiären Alltag zu Hause sprechen rund 44 Prozent ausschließlich oder meistens die Herkunftssprache, 30 Prozent die Herkunftssprache und Deutsch zu gleichen Anteilen und ca. 25 Prozent meistens oder nur Deutsch (vgl. Tabelle 5). Hier wirken sich die insgesamt geringeren Deutschkenntnisse vor allem bei Menschen mit türkischem Migrationshintergrund aus. Von ihnen sprechen rund 60 Prozent im Familienhaushalt überwiegend Türkisch, etwas über 30 Prozent Türkisch und Deutsch gleichermaßen und nur 8 Prozent überwiegend Deutsch.

Hinsichtlich der sozialen Kontakte mit Freunden und Bekannten überwiegen Treffen mit deutschen Freunden und Bekannten ohne Migrationshintergrund (vgl. Tabelle 6). Auch hier bilden Menschen mit türkischem Migrationshintergrund eine Ausnahme, da bei ihnen die Kontakte zu türkischen Freunden, Verwandten und Bekannten überwiegen. Personen mit italienischem oder griechischem Migrationshintergrund und Bürger aus dem ehemaligen Jugoslawien weisen den höchsten Anteil an Kontakten mit deutschen Freunden auf.

Im Vergleich zur ARD/ZDF-Studie 2007 wurden auch neue Indikatoren aufgenommen von denen einige den subjektiven und emotionalen Aspekt von Migration berücksichtigen sollten. Die Frage, ob man in Deutschland alles in allem gut leben kann, beantworten 58 Prozent mit uneingeschränkter Zustimmung („trifft voll und ganz zu“) (vgl.

Junge türkischstämmige Migranten fühlen sich in Deutschland weniger wohl

④ **Herkunftssprache verstehen bzw. sprechen**

Erwachsene ab 14 J., Angaben in %

	Herkunftssprache sehr gut/gut verstehen				sehr gut/gut sprechen			
	Gesamt	14–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.	Gesamt	14–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.
Migranten gesamt	89	83	91	90	86	80	89	87
Russland/ehem. UdSSR	87	81	89	89	85	80	86	88
Türkei	89	82	92	92	87	79	90	94
Griechenland	89	92	88	89	84	87	85	80
Italien	84	80	86	84	74	64	81	75
Polen	95	91	98	93	92	89	98	86
Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien-Herzegowina	89	79	91	91	87	83	89	87

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

⑤ **Alltagssprache zu Hause in der Familie**

Erwachsene ab 14 J., Angaben in %

Gesprochen wird ...	Gesamt	Russland/ ehem. UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina
nur Heimatsprache	22	19	31	23	16	21	12
meistens Heimatsprache	22	19	29	26	14	20	15
genauso viel Heimatsprache wie deutsch	30	29	31	25	30	32	32
meistens deutsch	14	18	6	11	15	14	21
nur deutsch	11	12	2	15	25	13	19

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

⑥ **Soziale Kontakte zu Freunden und Bekannten**

Erwachsene ab 14 J., Angaben in %

	Gesamt	Russland/ ehem. UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina
heimatsprachliche Freunde und Bekannte treffen							
tägl./mehrmals pro Woche	44	40	64	44	34	30	31
mehrmals im Monat	23	24	17	27	20	24	30
etwa einmal im Monat	13	14	10	7	14	17	12
seltener/nie/k.A.	21	22	9	23	31	29	27
deutsche Freunde und Bekannte treffen							
tägl./mehrmals pro Woche	57	56	50	67	66	58	69
mehrmals im Monat	19	21	14	18	18	23	20
etwa einmal im Monat	7	7	10	4	7	6	5
seltener/nie/k.A.	16	16	26	12	8	13	7

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

Tabelle 7). Dieser Wert wird allerdings stark durch die geringere Zustimmungsrates türkischstämmiger Migranten beeinflusst, denn von diesen stimmen lediglich 41 Prozent uneingeschränkt zu. Die höchste Zustimmungsrates (87%) zeigt sich in der mittleren Generation (30–49 Jahre) mit serbokroatischem Migrationshintergrund, die geringste Zustimmung bei jungen türkischstämmigen Migranten mit nur 39 Prozent. Damit wird deutlich, dass junge Mitbürger mit türkischem Migrationshintergrund sich deutlich weniger in Deutschland wohlfühlen als Gleichaltrige aus den übrigen ethni-

schon Gruppen, in denen rund 70 Prozent angeben, dass man sich in Deutschland wohlfühlen kann. Von den jungen polnischstämmigen Migranten stimmen sogar 80 Prozent der Aussage voll und ganz zu, während von den älteren über 50 Jahre nur 47 Prozent der Ansicht sind, dass man sich in Deutschland wohlfühlen kann.

⑦ **Wohlfühlen oder Benachteiligung?**

Erwachsene ab 14 J., „stimme voll und ganz zu“, in %

	Alles in allem kann man in Deutschland sehr gut leben				Personen der eigenen Herkunft werden in Deutschland benachteiligt			
	Gesamt	14–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.	Gesamt	14–29 J.	30–49 J.	ab 50 J.
Migranten gesamt	58	62	57	56	15	14	18	12
Russland/ehem. UdSSR	61	76	55	56	8	12	7	7
Türkei	41	39	41	53	37	26	47	34
Griechenland	67	73	64	66	4	0	3	8
Italien	76	70	77	80	5	0	5	8
Polen	58	80	58	47	4	2	6	4
Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien-Herzegowina	74	67	87	66	5	2	3	8

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

Türkischstämmige Migranten fühlen sich häufiger diskriminiert

Die Antwort auf die Frage, warum sich vor allem viele türkischstämmige Migranten in Deutschland weniger wohl fühlen, ergibt sich direkt aus dem Antwortverhalten auf eine Frage nach der wahrgenommenen Diskriminierung im Alltag. Insgesamt 15 Prozent aller Personen mit Migrationshintergrund sind der Ansicht, dass Personen mit dem gleichen Migrationshintergrund in Deutschland diskriminiert werden. Auch hier wirkt sich das Antwortverhalten türkischstämmiger Migranten entscheidend auf den Gesamtwert aus: Während bei griechisch-, italienisch-, polnisch- und serbokroatischem Migrationshintergrund nur zwischen 4 und 5 Prozent dieser Aussage uneingeschränkt zustimmen und von den Russischstämmigen 8 Prozent voll und ganz zustimmen, liegt die Zustimmungsrate bei türkischstämmigem Migrationshintergrund mit 37 Prozent („voll und ganz“) deutlich höher. Da weitere 22 Prozent „weitgehend“ diese Aussage teilen, ist mehr als jeder zweite türkischstämmige Migrant der Ansicht, dass türkischstämmige Migranten in Deutschland diskriminiert werden. Die gefühlte Diskriminierung betrifft alle Altersgruppen, besonders hoch ist sie aber in der Generation zwischen 30 und 50 Jahren, das heißt der heutigen türkischstämmigen Elterngeneration.

Interesse am politischen Geschehen in Deutschland und im Herkunftsland

Fast zwei Drittel der Migranten der untersuchten ethnischen Herkunftsgruppen interessieren sich zumindest etwas für das politische Geschehen in Deutschland, 26 Prozent interessieren sich „sehr“ dafür (vgl. Tabelle 8). Politisches Interesse am Herkunftsland haben 45 Prozent zumindest etwas, 19 Prozent sehr. Mit Ausnahme der türkischstämmigen Migranten überwiegt dabei das Interesse am politischen Geschehen in Deutschland gegenüber dem politischen Geschehen im Herkunftsland. Insgesamt gilt dabei der Grundsatz, dass zum einen das politische Interesse generell mit dem Alter steigt und dass vor allem das Interesse am politischen Geschehen im Herkunftsland mit dem Alter ansteigt. Das politische Interesse der türkischstämmigen Migranten ist stärker auf die Türkei als auf Deutschland fokussiert. Die gilt vor allem in den Generationen der über 30-Jährigen.

Integrationsindikatoren und Integrationsstärke

Auf Basis von unterschiedlichen Integrationsindikatoren wurde der Versuch unternommen, die Integrationsstärke zu skalieren, das heißt zu messen. Diese Skalierung folgt dem theoretischen Ansatz zur Akkulturation von John W. Berry. (5) Berry unterscheidet vier unterschiedliche Akkulturationsstrategien: Assimilation, Separation, Integration und Marginalisierung. Von diesen Strategien beinhaltet aber einzig die Integrationsstrategie die Vereinigung der soziokulturellen Wurzeln des Herkunftslandes mit der Teilhabe an der soziokulturellen Wirklichkeit des Ankunftslandes, das heißt im konkreten Fall Deutschland. Die Assimilationsstrategie spaltet den soziokulturellen Teil des Herkunftslandes ab, die Separationsstrategie vermeidet die Teilnahme am soziokulturellen Geschehen im Aufnahmeland, und die Marginalisierung bedeutet Entfremdung von der soziokulturellen Herkunft bei gleichzeitiger Nichtteilnahme am soziokulturellen Geschehen im Ankunftsland. Im Medienbereich haben Simon und Kloppenburg in ihrer Untersuchung diesen Ansatz als Basis verwendet, um die Determinanten des Programmwahlverhaltens bei jungen Zuschauern mit türkischem Migrationshintergrund zu beschreiben. (6)

Skala zur Integrationsstärke

Deutschkenntnisse, Sprachgebrauch im Alltag in Familie und Beruf, die sozialen Kontakte und das politische Interesse bilden das Grundgerüst der Skala zur Integrationsstärke. Die Konstruktion folgt einem additiven Konzept, das heißt, jede Stufe soll Anforderungen der Vorstufe beinhalten und zusätzlich einen neuen Aspekt hinzufügen. Personen mit mindestens zufriedenstellenden Deutschkenntnissen, die darüber hinaus im Alltag zumindest so häufig Deutsch wie die Sprache des Herkunftslandes verwenden, erhalten einen höheren Skalenwert als Personen, die zwar zufriedenstellende Deutschkenntnisse aufweisen, die aber im Alltag überwiegend oder ausschließlich die Sprache des Herkunftslandes praktizieren. Dies folgt der Überlegung, dass Personen mit Migrationshintergrund, die sich im Alltag artikulieren und mitdiskutieren können, ihre Perspektive in die Mehrheitsgesellschaft kommunizieren können. Personen, die über die Sprachpraxis hinaus auch regelmäßige soziale

Additive Skalenkonstruktion

⑧ Politisches Interesse am Herkunftsland und an Deutschland

Erwachsene ab 14 J., Angaben in %

	Gesamt	Russland/ ehem. UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina
Interesse am politischen Geschehen in Deutschland							
sehr interessiert	26	24	16	35	30	32	39
etwas interessiert	38	40	41	34	35	39	29
weniger interessiert	21	25	18	21	22	21	19
gar nicht interessiert	14	9	23	9	13	8	11
Interesse am politischen Geschehen im Herkunftsland							
sehr interessiert	19	11	29	25	14	14	20
etwas interessiert	26	19	35	28	25	31	20
weniger interessiert	27	32	19	30	35	27	29
gar nicht interessiert	27	37	17	17	25	29	31

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

Kontakte zu Freunden und Bekannten aus dem Herkunftsland und aus der Mehrheitsgesellschaft unterhalten, das heißt, sich mindestens mehrmals im Monat mit ihnen treffen, weisen eine noch höhere Integrationsstärke auf, da sie sich bereits mit Angehörigen aus mindestens zwei Nationalitätengruppen austauschen. Forschungsergebnisse verweisen darauf, dass Vorurteile und Ressentiments von Personen mit Migrationshintergrund und Angehörigen der Mehrheitsgesellschaft mit der Anzahl von sozialen Kontakten sinken. (7) Die größte Integrationsstärke und damit den höchsten Skalenswert 4 erreichen Personen mit Migrationshintergrund, die über Sprachkenntnisse, Sprachpraxis und bi-kulturelle soziale Kontakte hinaus zusätzlich sowohl ein Interesse am politischen Geschehen im Herkunftsland als auch am politischen Geschehen in Deutschland aufweisen. Interesse am politischen Geschehen beinhaltet zumeist ein Interesse an Geschichte, an gesellschaftlichen Zusammenhängen und Veränderungen und geht damit über soziale Kontakte noch hinaus.

Um möglichen Fehlinterpretationen vorzubeugen: Aus der Skala zur Integrationsstärke lässt sich nicht direkt ablesen, wie viele Personen mit Migrationshintergrund zum Beispiel am politischen Geschehen in Deutschland interessiert sind. Anhand der Skala lässt sich aber bestimmen, wie viele die Kombination der oben beschriebenen Merkmale erfüllen und sich damit hinsichtlich ihrer Integrationsstärke unterscheiden. Mit Hilfe dieser Skala kann dargestellt werden, wie sich die untersuchten ethnischen Gruppen in ihrer Integrationsstärke unterscheiden. Die Differenzierung der Integrationsstärke nach Altersgruppen erlaubt auch eine Prognose, wie sich die Integration von Migrationsgruppen zukünftig entwickelt. Schließlich erlaubt die Skala auch eine Analyse der Mediennutzung mit den Medien- und Programmpräferenzen als abhängigen Variablen. In Tabelle 9 sind die wesentlichen Konstruktionsprinzipien der Skala zur Integrationsstärke im Überblick dargestellt. Die Prozentwerte

geben dabei den Anteil auf Basis aller Personen mit Migrationshintergrund in der Studie wieder, die diese Stufe der Integrationsstärke erzielen.

Von den sechs in der ARD/ZDF-Migrantenstudie 2011 untersuchten ethnischen Gruppen weisen Migranten mit türkischem Hintergrund einerseits einen hohen Anteil an Personen mit einer geringen Integrationsstärke auf, da rund ein Drittel nicht die sprachlichen Voraussetzungen erfüllt (vgl. Tabelle 10). Zudem gibt es einen hohen Anteil, der zwar über zufriedenstellende Deutschkenntnisse verfügt, im Alltag aber weiterhin überwiegend türkisch spricht. Auf der anderen Seite gibt es einen mit anderen Migrantengruppen vergleichbar großen Anteil mit einer hohen Integrationsstärke, das heißt mit deutscher Sprachpraxis, einem vielfältigen bi-kulturellem Freundeskreis und einem hohen bi-politischen Interesse an Deutschland und der Türkei. Die „türkische Gemeinde“ in Deutschland zeigt sich den Ergebnissen der aktuellen Studie zufolge somit sehr heterogen in ihrer Integrationsstärke. Aussagen über die Integration von Bürgern mit türkischem Migrationshintergrund insgesamt bilden somit immer nur einen Teil einer differenzierten Realität ab.

Junge Migranten verfügen in der Regel über zufriedenstellende Deutschkenntnisse und unterscheiden sich dadurch von ihren Eltern und vor allem von der Großelterngeneration. Allerdings bleibt die Integrationsstärke auf der ersten Stufe häufig stehen. Das heißt, dass die jungen Migranten zwar die deutsche Sprache zumindest zufriedenstellend beherrschen, sie im Alltag zumindest nicht gleich viel sprechen wie Türkisch, Russisch usw. Im Sinne eines integrativen Akkulturationsprozesses gibt es

Türkische Gemeinde sehr heterogen hinsichtlich ihrer Integrationsstärke

Nachfolgende Generation der Migranten weist höhere Integrationsstärke auf

⑨ **Skala zur Integrationsstärke**

Erwachsene ab 14 J., Angaben in %

Merkmalsdefinition	Integrationsstärke (Skala)				
	gering	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	hoch
keine zufriedenstellende Deutschkenntnisse	22	-	-	-	-
(1) zumindest zufriedenstellende Deutschkenntnisse	-	78	+	+	+
(2) Deutsch zumindest gleich häufig im Familienalltag gesprochen	-	-	48	+	+
(3) mehrmals pro Monat Kontakt mit deutschen und Freunden aus dem Herkunftsland	-	-	-	25	+
(4) am politischem Geschehen in Deutschland und im Herkunftsland interessiert	-	-	-	-	9

Basis: Personen mit Migrationshintergrund.

Lesebeispiel: 9 Prozent der Befragten weisen zumindest zufriedenstellende Deutschkenntnisse auf, sprechen in der Familie zumindest gleich viel bis ausschließlich Deutsch, haben mehrmals im Monat Kontakt mit deutschen und heimat sprachlichen Freunden.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

⑩ **Integrationsstärke nach Herkunftsland und Alter**

Anteile nach Migrationshintergrund, in %

	Gesamt	Russland/ ehem. UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina
ab 14 Jahren							
gering	22	21	31	13	17	20	14
Stufe 1	78	79	69	87	83	80	86
Stufe 2	48	52	31	46	61	50	65
Stufe 3	25	26	29	20	30	28	21
hoch	9	4	12	17	12	7	15
14-29 Jahre							
gering	6	8	7	3	5	4	2
Stufe 1	94	92	93	97	95	96	98
Stufe 2	49	54	42	33	55	47	64
Stufe 3	31	41	29	19	23	15	31
hoch	9	3	13	12	9	6	16

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

allerdings positive Anzeichen. So erreicht zum Beispiel in der jungen Generation der türkischstämmigen Migranten ein deutlich höherer Anteil die zweite Stufe. Diese Generation verfügt über integratives Know-how, beide Kulturen zu integrieren. Unter den Personen mit sehr hoher Integrationsstärke, das heißt Personen mit guten Kontakten in beide Kulturen, sind junge türkischstämmige Migranten überproportional vertreten. 29 Prozent der jungen türkischstämmigen Migranten sind in beiden Kulturen daheim. Nur bei den jungen Personen mit serbokroatischem bzw. russischem Migrationshintergrund liegt der Anteil höher. Die russischstämmigen Migranten (bzw. vormals Sowjetunion) fallen dadurch auf, dass von ihnen zwar sehr viele Kontakte zu Personen aus der Mehrheitsgesellschaft und zu anderen russischstämmigen Migranten haben, dass aber das politische Interesse an Russland und Deutschland deutlich geringer ist als bei jungen Türken das Interesse an der Türkei und Deutschland.

Was unterscheidet Personen mit einer geringen Integrationsstärke von Personen mit der höchsten Integrationsstufe? Personen mit geringer Integrationsstärke (Stufe 0) sind im Vergleich zum Durchschnitt älter (51 Jahre), der Frauenanteil ist höher, die formale Bildung ist geringer. Die Aufenthaltsdauer in Deutschland ist geringer als im Durchschnitt. Personen mit sehr hoher Integrationsstärke (Stufe 4) sind dagegen im Vergleich zum Durchschnitt etwas jünger (39 Jahre), verfügen über eine bessere formale Bildung, leben eher in Großstädten und sind in der Regel in Deutschland aufgewachsen. Auf den Zwischenstufen (Stufe 1 bis 3) ergeben sich keine eindeutigen Zusammenhänge mit Geschlecht, Alter sowie Berufs- und Familienstatus.

Zwischen Mediennutzung und Integrationsstärke besteht ein Zusammenhang. Je höher die Integrationsstärke, desto stärker die Nutzung deutschsprachiger Fernsehsender (vgl. Tabelle 11). Dies gilt für Das Erste, das ZDF und RTL gleichermaßen. Kommt zur Sprachpraxis, bi-kulturellen sozialen Kontakten auch noch ein bi-intellektuelles Interes-

Vor allem Ältere und Frauen weisen geringere Integrationsstärke auf

Zusammenhang zwischen Mediennutzung und Integrationsstärke

se am politischen Geschehen hinzu, steigt vor allem die Nutzung der öffentlich-rechtlichen Sender (Das Erste, ZDF), während die Nutzung von RTL leicht zurückgeht, aber weiterhin hoch liegt.

Das Konstrukt der Integrationsstärke baut auf dem Akkulturationskonzept von Berry auf. (8) Es wird postuliert, dass Sprachkenntnisse, Sprachpraxis, regelmäßige soziale Kontakte zu Angehörigen der Herkunftsgesellschaft und der Mehrheitsgesellschaft sowie das politische Interesse am Geschehen im Herkunftsland und in Deutschland zu einem differenzierteren Bild von Mediennutzern mit Migrationshintergrund beitragen. Dabei konnte gezeigt werden, dass die Integrationsstärke sowohl innerhalb als auch zwischen unterschiedlichen ethnischen Migrantengruppen variiert. Weiter konnte gezeigt werden, dass die Integrationsstärke einen Einfluss auf die Programmwahl hat. Mit zunehmender Integrationsstärke steigt die Nutzung deutschsprachiger Programme und mit der Höhe der Integrationsstärke auch die Nutzung der öffentlich-rechtlichen Programme, deren Markenimage stark von politischer Information geprägt ist (vgl. den Beitrag von Gerhard und Beisch in diesem Heft). Das vorgestellte Konzept unterscheidet sich sowohl von dem klassischen Zugang zum Forschungsthema, der über die Analyse des Medienverhaltens nach ethnischen Gruppen führt, als auch einer milieuspezifischen Betrachtung (wie z.B. Sinus-Milieus von Migranten). Während die Analyse nach ethnischen Gruppen Auskunft über den spezifischen kulturellen Hintergrund gibt, beruht der Milieuansatz auf einer Gruppierung, die die soziale Schichtung und die ausdifferenzierte Wertorientierung berücksichtigt. Speziell bei dem Sinus-Milieuansatz handelt es sich um einen universellen Ansatz, der Personen unterschiedlicher Herkunft und Kultur auf einer Matrix von Schicht und Einstellungen/Werten mittels eines statistischen Verfahrens (Clusteranalyse) einordnet. (9) Das hier vorgestellte Konzept der Integrationsstärke erlaubt im Unterschied zu diesen beiden Ansätzen auch Aussagen über das spezifische Potenzial unterschiedlicher Kulturen, zu integrieren und damit einen eigenständigen Beitrag für die Gesellschaft insgesamt zu leisten.

Ergebnisse zur Mediennutzung von Migranten

Im Folgenden wird ein Überblick über die Ergebnisse zur Mediennutzung von Migranten im Vergleich zur deutsch sprechenden Gesamtbevölkerung sowie zur sprachgebundenen Mediennutzung gegeben (zu Detailergebnissen für die Medien Fernsehen, Radio und Internet vgl. die weiteren Beiträge in diesem Heft).

Deutliche Unterschiede bei der Intensität der Mediennutzung

Die Intensität der Mediennutzung (Nutzungsdauer pro Tag) zeigt deutliche Unterschiede zwischen den Migrantengruppen, eine differenzierte Betrachtung ist hier aussagekräftiger als von einer Gesamtgruppe der Migranten in Deutschland zu sprechen: So sehen Menschen türkischer Herkunft viel fern, nämlich im Durchschnitt 224 Minuten pro Tag (vgl. Tabelle 12). Auch im Vergleich zur deutsch sprechenden Gesamtbevölkerung – nach der Stu-

⑪ Integrationsstärke und Nutzung von Fernsehprogrammen (Stammseher)

Erwachsene ab 14 J., Angaben in %

	gering	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	hoch
Das Erste	22	22	26	29	38
ZDF	23	19	29	25	37
RTL	30	38	52	60	53
ProSieben	24	40	39	58	51

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

die Massenkommunikation 2010 sind es 220 Minuten – ist dieser Wert als recht hoch zu bewerten. Zu berücksichtigen ist dabei die deutlich jüngere Altersstruktur, womit tendenziell eher eine geringere Fernsehnutzung zu erwarten wäre. Die Bevölkerung türkischer Herkunft hat ein Durchschnittsalter von 38 Jahren, die deutsch sprechende Gesamtbevölkerung kommt auf ein Durchschnittsalter von 47 Jahren. (10)

Differenzierte Ergebnisse nach Herkunftsland ergeben sich auch für die Radionutzung. So ist das Radio bei Menschen polnischer Herkunft sehr beliebt: Mit 198 Minuten pro Tag liegt die Hördauer über dem Wert für die Gesamtbevölkerung (187 Minuten). Menschen türkischer Herkunft hören dagegen deutlich weniger Radio (64 Minuten). Eine wesentliche Ursache für diesen seit längerem bekannten Befund ist sicher die höhere Fernsehnutzung von Menschen türkischer Herkunft, die das Fernsehen häufiger tagesbegleitend nutzen, welches damit in Konkurrenz zu den Kernzeiten des Radios steht.

Die Internetnutzung bleibt – mit nur geringen Differenzen in den Migrantengruppen – mit 69 Minuten unter dem Vergleichswert der Gesamtbevölkerung, wobei sich starke Unterschiede nach soziodemografischen Merkmalen zeigen, so dass sich hier möglicherweise eher diese Effekte niederschlagen als eine generelle Affinität zum Internet (vgl. dazu den Beitrag von Müller und Beisch in diesem Heft).

Die sprachgebundene Mediennutzung, also die Nutzung heimat- und/oder deutschsprachiger Medien, ist ein zentraler Indikator, der in der Literatur meist in Zusammenhang mit der Integrationsfunktion der Massenmedien diskutiert wird. (11) Die vorliegenden Forschungsergebnisse zeigen, dass eine starke Nutzung heimat-sprachiger Medien, wie sie insbesondere bei Menschen türkischer Herkunft zu finden ist, nicht unbedingt als mediale Abgrenzung oder Rückzug in eine mediale Parallelgesellschaft interpretiert werden muss. Nicht die Assimilation in die deutsche Medienkultur, das heißt die überwiegende Nutzung deutschsprachiger Medien, sondern vielmehr die Integration von Elementen der Herkunftskultur (heimatsprachige Medien) und deutscher Kultur (Medien) entspricht der Lebenswirklichkeit vieler Zuwanderer in Deutschland.

Mediennutzung als Indikator für Integration

12 Dauer der täglichen Mediennutzung¹⁾

in Min.

	Fernsehen	Radio	Internet/Online
Gesamtbevölkerung ²⁾	220	187	83
Migranten gesamt ³⁾	193	114	68
Türkei	224	64	68
Griechenland	176	141	68
Italien	192	165	68
Polen	208	198	75
Serbien/Montenegro/Kroatien/Bosnien-Herzegowina	202	148	71
Russland/ehem. UdSSR	156	88	66

1) Nutzungsdauern aus Tagesablauf Halbstunden (Migranten und Medien) bzw. Viertelstunden (Studie Massenkommunikation).

2) Deutsch sprechende Gesamtbevölkerung, Massenkommunikation 2010, n=4 503 Befragte ab 14 Jahren.

3) Migranten und Medien 2011, n=3 302 Befragte mit Migrationshintergrund.

Quellen: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011; Studie Massenkommunikation 2010.

Dem entsprechen die vorliegenden empirischen Forschungsergebnisse, die zwischen Integrationsstatus und der Nutzung deutschsprachiger Medien meist nur schwache Zusammenhänge finden, so dass die Formel „Nutzung deutschsprachiger Medien gleich gelungene Integration“ nicht unbedingt zutreffend ist. (12)

Der positive Wert des Aufrechterhaltens der eigenen Kultur für die Integration von Zuwanderern wird sowohl theoretisch – insbesondere in der bereits angesprochenen Akkulturationstheorie – vertreten als auch durch empirische Ergebnisse etwa in Bezug auf das Selbstbild und die Identitätsbildung von Migranten gestützt: Kultureller Pluralismus als ein wesentliches Merkmal moderner Einwanderungsgesellschaften spiegelt sich dabei auch in der Rezeption von Medieninhalten aus verschiedenen Medienkulturen wider. (13)

Deutschsprachige Medien werden bevorzugt genutzt

Die aktuellen Ergebnisse der Studie „Migranten und Medien“ zeigen zum einen die Relevanz heimat Sprachiger Medienangebote in einzelnen Gruppen, zum anderen ergibt sich aber für die Gesamtheit der Migranten der klare Befund, dass deutschsprachige Medien bevorzugt genutzt werden: 76 Prozent sehen regelmäßig deutsche Fernsehprogramme, 60 Prozent werden mit deutschsprachigen Radioprogrammen erreicht (vgl. Tabelle 13). Zugrunde gelegt wurde hier das Konzept der Stammnutzer, demzufolge das entsprechende Medium an mindestens vier Tagen pro Woche genutzt wird. Im Vergleich zu diesen Zahlen ist der Stellenwert der heimat Sprachigen Medien – zumindest bezogen auf die Gesamtgruppe – geringer: Heimat Sprachige Fernsehprogramme kommen auf 45 Prozent Stammnutzung, bei heimat Sprachigen Radioprogrammen sind es bundesweit nur 8 Prozent. Im Vergleich zu den Ergebnissen von 2007 ergibt sich sowohl bei den heimat Sprachigen als auch bei den deutschsprachigen Programmen ein Zuwachs der Nutzung.

Die Ergebnisse für die Tageszeitung und das Internet zeigen Trends, wie sie aus den Daten für die Gesamtbevölkerung bekannt sind: Starke Zuwächse sind für die Internetnutzung zu verzeichnen, während die Zeitungen verlieren. Für beide Medien ergibt sich der Befund, dass deutschsprachige Angebote bevorzugt genutzt werden: 30 Prozent der Migranten sind Stammnutzer deutscher Tageszeitungen, bei heimat Sprachigen Zeitungen liegt dieser Wert bei 8 Prozent. Deutschsprachige Internetseiten nutzen 53 Prozent regelmäßig, bei heimat Sprachigen Internetangeboten sind es 22 Prozent. Der Nutzungsanstieg beim Internet ergibt sich dabei sowohl für deutschsprachige (von 39 auf 53%) als auch für heimat Sprachige Seiten, die von 15 auf 22 Prozent anstiegen.

Starke Zuwächse bei Internetnutzung

In der jungen Generation, den unter 30-Jährigen, ist ebenfalls ein Anstieg für die heimat Sprachigen Fernsehsender zu verzeichnen, dieser Befund ist auch im Zusammenhang mit der verbesserten Empfangsmöglichkeit für ausländische Fernsehprogramme durch die wachsende Digitalisierung der Fernsehhaushalte zu sehen. Trotz dieses Ergebnisses zeigen die Daten, dass die Nutzung heimat Sprachiger Angebote in der jungen Generation deutlich geringer ausfällt als bei älteren Migranten, hier besteht eine klare Präferenz für deutschsprachige Medienangebote: 76 Prozent der 14- bis 29-Jährigen sehen deutsche Fernsehsender, 79 Prozent nutzen deutsche Internetseiten und 48 Prozent hören deutsche Radioprogramme. Dabei ist die hohe Internetaffinität in dieser Altersgruppe bemerkenswert: Die regelmäßige Nutzung liegt gleichauf mit dem Fernsehen.

Heimat Sprachige Angebote stärker von Älteren genutzt

Zur Beurteilung der Frage, wie sich die Mediennutzung heimat- und deutschsprachiger Medien überschneidet und wie hoch die Anteile exklusiver Nutzung sind (nur deutsch-/nur heimat Sprachige Medien), wurden nach dem von Weiss/Trebbe eingesetzten Konzept für die Analyse der sprachgebundenen Mediennutzung für jedes Medium vier Nutzergruppen gebildet (14):

Sprachgebundene Mediennutzung 2007 und 2011

⑬ Nutzung heimat- bzw. deutschsprachiger Medienangebote nach Alter 2007 und 2011

Stammnutzer (mind. 4 Tage/Woche), in %

	Gesamt ab 14 J.		14-29 J.		30-49 J.		ab 50 J.	
	2007	2011	2007	2011	2007	2011	2007	2011
deutschsprachiges Fernsehen	72	76	77	76	69	75	71	78
heimatssprachiges Fernsehen	39	45	28	36	43	47	48	51
deutschsprachiges Radio	51	60	43	48	56	68	54	60
heimatssprachiges Radio	8	8	7	7	8	8	8	7
deutschsprachige Tageszeitungen	39	30	35	26	43	29	40	37
heimatssprachige Tageszeitungen	7	8	4	5	9	8	9	11
deutschsprachiges Internet	39	53	63	79	33	56	14	26
heimatssprachiges Internet	13	22	16	24	14	25	7	18

Basis: n=3 302 Befragte mit Migrationshintergrund.

Quelle: ARD/ZDF-Studien Migranten und Medien 2007 und 2011.

- Stammnutzung deutsch- und heimat-sprachiger Angebote,
- Stammnutzung nur deutschsprachiger Angebote,
- Stammnutzung nur heimat-sprachiger Angebote,
- keine Stammnutzung des Mediums.

Große Mehrheit der Migranten lebt nicht in medialer Parallelgesellschaft

Die Ergebnisse zeigen, dass deutschsprachige Angebote insbesondere beim Fernsehen eine wichtige Rolle spielen: Vorherrschend ist entweder die exklusive Nutzung deutschsprachiger Programme (44%) oder die gemeinsame Nutzung deutsch- und heimat-sprachiger Programme (32%) (vgl. Tabelle 14). Nur 13 Prozent der Menschen mit Zuwanderungshintergrund sehen ausschließlich heimat-sprachige Programme, werden mit deutschsprachigen Fernsehsendungen also nicht erreicht. Das bereits 2007 hervorstechende Ergebnis wird durch die aktuellen Daten bestätigt: Die überwiegende Mehrheit der Migranten in Deutschland lebt nicht in einer medialen Parallelgesellschaft. Bei den unter 30-Jährigen liegt die ausschließliche Nutzung heimat-sprachigen Fernsehens nur bei 7 Prozent. Die alleinige Nutzung heimat-sprachiger Programme ist vor allem bei älteren Migranten – den ab 50-Jährigen – verbreitet. Auch in der Migrantengruppe mit der stärksten Nutzung türkischer Fernsehprogramme – den Menschen türkischer Herkunft – wird die Mehrheit mit deutschem Fernsehen erreicht. Am häufigsten (48%) ist die Nutzung deutscher und heimat-sprachiger Programme. 29 Prozent sehen nur türkische Fernsehprogramme, dieser Wert ist bei den Migranten türkischer Herkunft deutlich höher als in den anderen Gruppen.

Türkischstämmige mit starker Nutzung heimat-sprachigen Fernsehens

Auch bei der täglichen Sehdauer des Fernsehens zeigt sich die besondere Relevanz heimat-sprachiger Fernsehangebote für Menschen türkischer Herkunft. Die tägliche Sehdauer – ermittelt aus den Tagesablaufdaten in Halbstunden – ist mit 177 Minuten für türkische Programme fast dreimal so hoch wie die Sehdauer für deutsche Fernsehprogramme (60 Min.). Dieses Ergebnis mag zunächst überraschen angesichts der Ergebnisse zur generellen Erreichbarkeit (Stammnutzer) der Menschen türkischer Herkunft mit deutschem Fernsehen. Erklärbar ist dieser Befund durch die Analyse der Tagesablaufdaten: Hier zeigt sich, dass tagsüber und

am Vorabend besonders stark türkische Programme gesehen werden, während deutsche Programme offenbar eher gezielt in der Primetime eingeschaltet werden und so auf eine deutlich geringere Sehdauer kommen. Die Nutzung türkischer Programme ist bei den unter 30-Jährigen deutlich geringer. Hier nähert sich die Sehdauer türkischer und deutscher Programme an: Mit 98 Minuten sehen allerdings auch junge Migranten türkischer Herkunft mehr heimat- als deutschsprachige Programme (66 Min.). Für die anderen Migrantengruppen ergibt sich durchgängig eine deutlich höhere Sehdauer für die deutschen als für die heimat-sprachigen Fernsehprogramme (vgl. Tabelle 15).

Welche Faktoren bestimmen die Nutzung heimat-sprachiger Angebote? Da die exklusive Nutzung der türkischen Fernsehprogramme am höchsten ist, wurden am Beispiel der Befragten türkischer Herkunft und für das Medium Fernsehen die relevanten Faktoren genauer analysiert (vgl. Tabelle 16).

Es zeigen sich deutliche Differenzen nach Alter, Bildung, Geschlecht, Geburtsland und deutschen Sprachkenntnissen. Die ausschließliche Nutzung türkischsprachiger Programme findet sich besonders häufig in der Altersgruppe ab 50 Jahren, eher bei Frauen sowie Menschen, die keinen Schulabschluss in Deutschland haben, die nicht in Deutschland geboren sind und nur geringe deutsche Sprachkenntnisse besitzen. So sehen 48 Prozent der ab 50-Jährigen Menschen türkischer Herkunft nur türkische Programme, bei den unter 30-Jährigen sind es dagegen nur 13 Prozent. Bei Frauen liegt dieser Wert bei 34 Prozent gegenüber Männern mit 24 Prozent. Besonders deutlich sind die Differenzen auch beim Geburtsland und der deutschen Sprachkompetenz: Von den Personen, die ihre Mediensozialisation in Deutschland erfahren haben, sehen 12 Prozent ausschließlich heimat-sprachige Programme, bei denjenigen, die nicht in Deutschland geboren wurden, liegt dieser Wert bei 38 Prozent.

Sehdauer heimat- und deutschsprachiger Programme im Vergleich

14 Nutzung heimat- deutschsprachiger Medienangebote nach Migrationshintergrund

Stammnutzer (mind. 4 Tage/Woche), in %

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	Russland/ ehem. UdSSR	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina
Fallzahl ungew.	3 302	661	1 618	1 023	500	800	501	501	500	500
deutschspr. und heimatspr. Fernsehen	32	29	33	34	23	48	30	38	24	22
nur deutschspr. Fernsehen	44	47	43	44	56	13	56	41	59	71
nur heimatspr. Fernsehen	13	7	14	17	7	29	5	13	6	1
kein Stammseher Fernsehen	11	17	11	6	14	10	10	8	10	6
deutschspr. und heimatspr. Radio	5	6	6	5	1	9	7	5	5	6
nur deutschspr. Radio	55	42	62	55	57	32	54	68	75	68
nur heimatspr. Radio	2	2	2	2		5	3	1	1	2
kein Stammhörer Radio	38	50	30	38	41	53	36	26	20	24
deutschspr. und heimatspr. Tageszeitung	3	1	2	4	1	6		2	1	2
nur deutschspr. Tageszeitung	28	24	27	33	20	17	36	41	42	47
nur heimatspr. Tageszeitung	6	4	6	7	2	16		1	1	1
kein Stammleser Tageszeitung	64	71	65	56	77	61	64	56	56	51
deutschspr. und heimatspr. Internet	18	22	20	11	18	18	16	14	21	14
nur deutschspr. Internet	35	57	36	15	38	28	37	42	34	42
nur heimatspr. Internet	5	2	5	6	5	9	1		5	1
kein Stammnutzer Internet	43	19	39	68	40	46	46	43	40	43

Basis: n=3 302 Befragte mit Migrationshintergrund.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

15 Nutzung heimat- bzw. deutschsprachiger Fernsehangebote

Sehdauer¹⁾ pro Tag in Min.

	Gesamt	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	Türkei	Griechen- land	Italien	Polen	Serbien/Montenegro/ Kroatien/Bosnien- Herzegowina	Russland/ ehem. UdSSR
Personen ab 14 Jahren										
heimatssprachiges Fernsehen	75	41	75	104	177	26	48	41	13	34
deutschsprachiges Fernsehen	123	115	118	138	60	154	146	168	190	127
14- bis 29-Jährige										
heimatssprachiges Fernsehen					98	7	29	12	1	7
deutschsprachiges Fernsehen					66	131	152	188	121	131

1) Sehdauer in Minuten aus Tagesablauf in Halbstunden.

Basis: n=3 302 Befragte mit Migrationshintergrund.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

**Einflussfaktoren
auf die Nutzung
türkischsprachiger
Fernsehprogramme**

Die deskriptiven Befunde deuten auf deutliche Zusammenhänge hin, wobei sich die Frage stellt, wie hoch die Effekte der einzelnen Faktoren auf die Nutzung heimat-sprachigen Fernsehens sind, welche Faktoren also die stärkste Rolle spielen. Für erste Hinweise auf die statistische Wirksamkeit dieser Faktoren wurde eine Varianzanalyse (Multiple Klassifikationsanalyse) berechnet, wobei die tägliche Sehdauer für türkisches Fernsehen (in Minuten

aus Tagesablaufdaten) als abhängige und die Variablen Alter, Bildung in Deutschland, Sprachkenntnisse deutsche Sprache, Geburtsland (Deutschland/Herkunftsland) als unabhängige Variablen eingesetzt wurden. (15)

Im Ergebnis zeigen sich signifikante Effekte für alle vier einbezogenen Faktoren, wobei die Deutschkenntnisse sowie das Alter am bedeutsamsten sind. Bei Menschen mit besseren Deutschkenntnissen sowie in den jüngeren Altersgruppen sinkt also die Nutzung heimat-sprachiger Program-

**Deutschkenntnisse
und Alter
sind bedeutsamste
Faktoren**

me deutlich, ebenso bei Migranten, die in Deutschland geboren sind und ihre Mediensozialisation hier erfahren haben. Auch das Merkmal Bildung in Deutschland hat einen separaten statistischen Effekt auf die Nutzung heimatssprachiger Programme: Die Nutzung der türkischen Programme ist im Vergleich zum Mittelwert in der Gesamtgruppe bei Personen mit einem Hauptschulabschluss deutlich höher und bei Personen mit dem höchsten Abschluss Fachhochschulreife oder Hochschulreife deutlich geringer (vgl. Tabelle 17).

Fazit

Integration zweier Medienkulturen

Die Ergebnisse können wie folgt zusammengefasst werden:

Migranten in Deutschland nutzen bevorzugt deutschsprachige Medien. Die überwiegende Mehrheit lebt nicht in medialen Parallelwelten. Für viele Menschen mit Migrationshintergrund gehört aber die Integration zweier Medienkulturen – also die Nutzung deutscher und heimatssprachiger Medien – zum Alltag.

Die hier vorgestellte Skala zur Integrationsstärke zeigt auch den spezifischen Beitrag, den Bürger mit Migrationshintergrund leisten, etwa im Erlernen und der Verwendung der deutschen Sprache, der Kommunikation und durch soziale Kontakte mit den Bürgern der Mehrheitsgesellschaft sowie durch die Auseinandersetzung mit zwei Kulturen, in denen Medien ein wichtiger Bestandteil sind. Dieser Ansatz, basierend auf dem Akkulturationskonzept von Berry, zeigt auch für die Medienforschung eine neue Perspektive auf, die von der einseitig problemzentrierten Betrachtung der Themen Migration und Integration wegführt.

Bei der jüngeren Generation mehr Gemeinsamkeiten mit deutschen Altersgenossen

Die Faktoren Alter, Geburtsland, Bildung und deutsche Sprachkenntnisse sind für die Mediennutzung ebenso wichtig, wenn nicht gar wichtiger als der Faktor ethnische Herkunft. Für die junge Generation ist eine Angleichung an die Programmvorlieben junger Deutscher ohne Migrationshintergrund festzustellen. Wie die programmbezogenen Ergebnisse zeigen, haben sie in Bezug auf die Mediennutzung oft mehr Gemeinsamkeiten mit ihren deutschen Altersgenossen als mit ihren Eltern und Großeltern. In diesem Sinne bestätigen auch die Ergebnisse der aktuellen Studie, dass die Ansprache von Migranten durch massenattraktive Programme im Sinne des Konzeptes „Mainstreaming Diversity“, also der Förderung der Vielfalt insbesondere in den massenattraktiven Medien, eine erfolgversprechende Strategie für die mediale Integration ist.

Migranten sind keine homogene Gruppe

Trotz dieser allgemeinen Trends sind Migranten keine homogene Gruppe: Medienkonsum, inhaltliche Interessen, die Nähe zur Kultur des Herkunftslandes sowie die soziodemografischen Merkmale zeigen deutliche Unterschiede. Qualitative Studien zeigen zudem ausgeprägte Unterschiede in Bezug auf die Nutzungsmotive und die Wirkung heimatssprachiger und deutschsprachiger Fernsehangebote. (16) Neben einer weiter verbesserten Einbeziehung von Migranten in die Mediennutzungsforschung

16 Einflussfaktoren auf die Nutzung türkischsprachiger Fernsehprogramme

Stammnutzer (mind. 4 Tage/Woche) ausschließlich heimatssprachiger Programme, Angaben in %, Zeilenprozente

	nur heimatsspr. Fallzahl ungew.	Fernsehen
Türkischer Migrationshintergrund gesamt	800	28,8
14–29 J.	240	13,0
30–49 J.	402	30,6
ab 50 J.	158	47,8
männlich	340	24,1
weiblich	460	34,0
kein Schulabschluss	343	41,8
Hauptschule	163	18,3
mittlere Reife	144	15,8
Fachhochschulreife, Hochschulreife	112	5,4
Geburtsort: Deutschland	277	11,5
Geburtsland: anderes Land	523	37,9
Deutschkenntnisse: sehr gut/gut	490	12,0
Deutschkenntnisse: gering/sehr gering	308	51,1

Basiss: n= 800 Befragte ab 14 Jahre mit türkischem Migrationshintergrund.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

17 Einflussfaktoren auf die Nutzung türkischsprachiger Fernsehprogramme

ANOVA/Multiple Klassifikationsanalyse, Beta-Werte und Signifikanz, Teilgruppe: Personen mit türkischem Migrationshintergrund

	Beta-Werte/ Korrigiert nach Faktoren	Signifikanz
Alter	,177	0,000
Schulbildung in Deutschland	,106	0,006
Geburtsland	,111	0,005
Deutschkenntnisse	,220	0,000

	Abweichung vom Mittelwert der täglichen Sehdauer türkischer Programme (korrigierte Abweichung) in Min.
Altersgruppe	
14–29 J.	-31,4
30–49 J.	- 8,2
ab 50 J.	63,2
Schulbildung in Deutschland	
kein Schulabschluss	- 8,5
Hauptschule	20,7
Realschule/Mittlere Reife	18,9
Fachhochschulreife/Hochschulreife	-50,4
Geburtsland	
Deutschland	-29,8
anderes Land	16,2
Deutsche Sprachkenntnisse	
sehr gut/gut	-37,3
gering/sehr gering	51,0

Lesebeispiel: Die Sehdauer türkischsprachiger Fernsehprogramme ist bei 14- bis 29-Jährigen im Vergleich zum Gesamtmittelwert um 31 Minuten geringer (korrigierte Abweichung nach Faktoren).

Teilgruppe: n=800 Befragte ab 14 Jahre mit türkischem Migrationshintergrund.

R-Quadrat: 0,175

Abhängige Variable: Sehdauer türkischsprachiger Programme pro Tag aus Tagesablauf in Halbstunden.

Unabhängige Variablen: Alter, Schulbildung in Deutschland, Geburtsland, Deutschkenntnisse.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Migranten und Medien 2011.

sind zukünftig verstärkt Wirkungsanalysen zu einzelnen Programmparten und -angeboten gefragt, die konkrete Hinweise darauf geben, wie in Zukunft ein gemeinsames Publikum von Menschen mit und ohne Zuwanderungshintergrund mit relevanten Inhalten erreicht werden kann.

Neue Herausforderungen für die Medien

Der Integrationsbeauftragte des WDR, Gualtiero Zambonini, beschreibt die Herausforderungen, vor denen die Medien stehen, wie folgt: „Die Verjüngungsstrategie der Programme muss sich also auf Publikumswandel einstellen und Lebenswelten von jungen Menschen aus Einwandererfamilien, das Lebensgefühl urbaner Stadtgesellschaften und ihre Vielfalt kreativ abbilden und einbinden. Das ist die integrative Herausforderung der Medien heute, die eigentlich mit dem althergebrachten Integrationsbegriff recht wenig zu tun hat. Es geht um Protagonisten, Geschichten, spannende Erzählstoffe, die die Vielschichtigkeit einer sich wandelnden Gesellschaft kritisch, aber auch spielerisch reflektieren, ohne falsche Tabus und klischeehafte Darstellungen, die eher einer Weltsicht von gestern angehören.“ (17)

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Statistisches Bundesamt 2010: Bevölkerung mit Migrationshintergrund – Ergebnisse des Mikrozensus 2009 – Fachserie 1, Reihe 2.2.
- 2) Vgl. Gattringer, Karin/Walter Klingler: Radionutzung in Deutschland mit leichten Zuwächsen. Ergebnisse, Trends und Methodik der ma 2010 Radio II. In: Media Perspektiven 10/2010, S. 442–456.
- 3) Zur Onomastik-Methode vgl. Humpert, Andreas/Klaus Schneiderheinze: Stichprobenziehung für telefonische Zuwandererumfragen. Einsatzmöglichkeiten der Namensforschung. In: ZUMA-Nachrichten 47, 2000, S. 36–64.
- 4) Personen mit russischem Migrationshintergrund waren in der ARD/ZDF-Migranten-Studie 2007 anders erhoben worden (Spätaussiedler) und sind daher nicht direkt vergleichbar.
- 5) Vgl. Berry, John W.: Immigration, Acculturation, and Adaption, *Applied Psychology: An International Review* 46, 1/1997, 5–68.
- 6) Vgl. Simon, Erk/Gerhard Kloppenburg: Kanal D, ProSieben oder Das Erste? Determinanten der Fernsehprogrammnutzung junger Zuschauer mit türkischem Migrationshintergrund. In: *Medien & Kommunikationswissenschaften* 58, 3/2010, S. 388–405.
- 7) Vgl. z.B. Neuwöhner, Ulrich/Georg Ruhrmann: Das Interesse der Radiohörer an Ausländerthemen. In: Meier-Braun, Karl-Heinz/Martin A. Kilgus: *Migration 2000. Perspektiven für das 21. Jahrhundert*. 5. Radioforum Ausländer bei uns. Baden-Baden 1998.
- 8) Vgl. Berry (Anm. 5).
- 9) Vgl. Klingler, Walter/Albrecht Kutteroff: Nutzung und Stellenwert von Medien in Migrantenmilieus. Ergebnisse einer repräsentativen Studie. In: *Media Perspektiven* 6/2009, S. 297–308.
- 10) Quelle: Durchschnittsalter für die Bevölkerung ab 14 Jahre: Migranten und Medien 2011, *Massenkommunikation* 2010.
- 11) Vgl. Trebbe, Joachim/Hans-Jürgen Weiß: Integration als Mediennutzungsmotiv? Eine Typologie junger türkischer Erwachsener. In: *Media Perspektiven* 3/2007, S. 136–141; Esser, Hartmut: Assimilation, Integration und ethnische Konflikte. Können sie durch „Kommunikation“ beeinflusst werden? In: Schatz, Heribert/Christina Holtz-Bacha/Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*. Wiesbaden 2000.
- 12) Vgl. Bonfadelli, Heinz/Priska Bucher/Andrea Piag: Rundfunk, Migration und Integration. Schweizerische Befunde zur Integrationsleistung des öffentlichen und privaten Rundfunks. In: *Medien&Kommunikationswissenschaft* 58, 3/2010, S. 406–423; Colberg-Paasch, Sünje/Joachim Trebbe: Mediennutzungsmuster türkischstämmiger Jugendlicher und junger Erwachsener in Nordrhein-Westfalen. In: *Medien&Kommunikationswissenschaft* 58, 3/2010, S. 368–387; Sauer, Martina: Mediennutzungsmotive türkeistämmiger Migranten in Deutschland. In: *Publizistik* 55, 1/2010, S. 55–76.
- 13) Vgl. Nauck, Bernhard: Akkulturation: Theoretische Ansätze und Perspektiven in Soziologie und Sozialpsychologie. In: Kalter, Frank (Hrsg.): *Migration und Integration. Sonderheft 48, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*; Berry, John: *Acculturation: A Conceptual Overview*. In: Bornstein, M. H., L.R. Cote, (Hrsg.): *Acculturation and Parent-Child Relationships*. Mahwah, NJ: 2006.
- 14) Vgl. Weiß, Hans-Jürgen/Joachim Trebbe: *Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung*. Potsdam 2001.
- 15) Um der Anforderung zu entsprechen, Faktoren zu verwenden, die untereinander möglichst unabhängig sind, wurde auf die Variable Geschlecht verzichtet. Zwischen den Variablen Geschlecht, Bildung, Geburtsort und Deutschkenntnisse bestehen signifikante Interaktionseffekte.
- 16) Vgl. Hammeran, Regine/Deniz Baspinar/Erk Simon: Selbstbild und Mediennutzung junger Erwachsener mit türkischer Herkunft. Ergebnisse einer qualitativen Studie. In: *Media Perspektiven* 3/2007, S. 126–135.
- 17) Vgl. Zambonini, Gualtiero: Kommentar in WDR PRINT, Oktober 2011.

