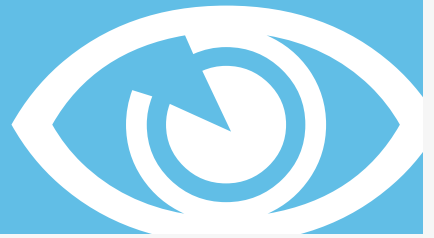


IM BLICKPUNKT: Migranten und Medien



Kommunikation und Integration
Mediennutzung, Medienangebote, Medienmacher
Angebote für Kinder
Vielfalt und Klischee
Auszeichnungen





Medien und Migranten

In Deutschland leben mehr als 15 Millionen Menschen, denen bei allen Unterschieden eines gemeinsam ist: Sie, ihre Eltern oder Großeltern sind aus einer Vielzahl anderer Länder hierher gekommen, um zu arbeiten, vor Armut im eigenen Land zu fliehen oder in Sicherheit zu leben. Einige von ihnen gehen nach einigen Jahren zurück in ihre Heimat, andere bleiben.

Sie haben hier ihren Lebensmittelpunkt und ihre Arbeit, ihre Kinder besuchen hier die Schulen oder machen ihre Ausbildung. Sie nehmen die deutsche Staatsbürgerschaft an (inzwischen über acht Millionen von ihnen) oder haben eine dauerhafte Aufenthaltserlaubnis. Sie sind Teil der Gesellschaft. Die meisten von ihnen kommen aus Süd- oder Osteuropa, aus Afrika oder Asien. Sie haben Sprache und Kultur des Heimatlands geerbt, sie erlernen und erfahren die neue Sprache und neue Kulturen. Unter der Bezeichnung „Migranten“ oder „Ausländer“ werden sie oft als homogene Gruppe wahrgenommen. Medien werden jedoch von Individuen genutzt und produziert und sollten auch so wahrgenommen werden.

IM BLICKPUNKT: Medien und Migranten stellt Ideen und Maßnahmen vor, mit denen das Bild und die Rolle von Menschen mit Migrationshintergrund in Medien der Realität angepasst werden sollen, nennt Ziele von Initiativen und stellt Aktionen zur Integration von Migranten in den Medien vor.

Kommunikation und Integration

In Deutschland sehen 15 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund fern, hören Radio, lesen Zeitung und nutzen Online-Angebote. Sie bilden einen relevanten Anteil der Zuschauer, Konsumenten, Gebührenzahler, Werbekunden und sind deshalb interessant für diejenigen, die Inhalte schaffen, verbreiten und verkaufen, und für die, die sich theoretisch oder praktisch mit dem Themenkreis Migration – Integration befassen.

„Medien prägen mit ihrer Berichterstattung und in ihren Unterhaltungsangeboten Bilder von den verschiedenen ethnischen und kulturellen Bevölkerungsgruppen in unserer Gesellschaft mit und bilden die Plattform für öffentliche Kommunikation zwischen einzelnen Gruppen“, so der „8. Bericht der Bundesbeauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration über die Lage der Ausländerinnen und Ausländer in Deutschland“. Öffentliche Kommunikation wird wirksam, wenn sich die Beteiligten in den Medien wiedererkennen, dort die für sie wichtigen Informationen finden, und sich günstigstenfalls auch in der Rolle der handelnden Personen, sprich der Redakteure, Moderatoren, Autoren wiederfinden.

Mediennutzung

Für die ARD-/ZDF-Studie „Migranten und Medien 2011“ wurden rund 3.300 Menschen befragt, darunter Spätaussiedler sowie Menschen, die oder deren Eltern aus der ehemaligen Sowjetunion, der Türkei, Griechenland, Italien, Polen und dem ehemaligen Jugoslawien stammen. Sie stehen für circa 60 Prozent der Menschen mit Migrationshintergrund ab 14 Jahren, die derzeit in Deutschland leben. Für die Studie wurde der Stellenwert untersucht, den deutsche und heimatssprachige (besonders elektronische) Medien bei in Deutschland lebenden Menschen mit Migrationshintergrund haben.

Festzustellen ist ein Anstieg der Nutzung deutschsprachiger Medien (im Vergleich zur ersten Umfrage im Jahr 2007), wobei der stärkste Zuwachs für das Internet verzeichnet wurde. Eine zentrale Voraussetzung für die Nutzung deutschsprachiger Medien ist hierbei das Verstehen der deutschen Sprache, das seit dem letzten Erhebungszeitpunkt bei allen Migrantengruppen zugenommen hat: 80 Prozent verstehen die deutsche Sprache nach Selbsteinschätzung gut beziehungsweise sehr gut (76 Prozent in 2007).

Gerade junge Migranten zwischen 14 und 29 Jahren nutzen bevorzugt deutsches Fernsehen, Radio und Internet. Die Programmvorlieben sind ähnlich denen junger Menschen ohne Migrationshintergrund: Beim

Fernsehen sind die deutschen Privatsender besonders beliebt, beim Radio ist 1LIVE neben radio NRW das erfolgreichste Programm.

Die Mehrheit der älteren Migranten bevorzugt ebenfalls deutschsprachige Medien, nur eine Minderheit konsumiert ausschließlich heimatssprachige Angebote. Das gilt vor allem beim Fernsehen, in geringerem Umfang auch für das Internet. Demnach sehen 76 Prozent der Migranten in Deutschland deutschsprachige Programme, 45 Prozent von ihnen (auch) Programme in ihrer Muttersprache, 22 Prozent nutzen heimatssprachige, 53 Prozent deutschsprachige Internetseiten. Einen hohen Stellenwert haben heimatssprachige Fernsehprogramme für Menschen türkischer Herkunft: In Bezug auf die Nutzungsdauer werden türkische Fernsehprogramme deutlich länger gesehen als deutschsprachige. 29 Prozent sehen sogar ausschließlich türkischsprachiges Fernsehen, weit mehr als alle anderen untersuchten Bevölkerungsgruppen. Dies ist dreimal soviel wie bei Menschen italienischer Herkunft, die immerhin noch fast doppelt soviel heimatssprachliches TV schauen wie alle anderen. Hier liegt der Anteil zwischen 5 bis 7 Prozent, sieht man von den Menschen aus dem ehemaligen Jugoslawien ab (ein Prozent). In der Bevölkerungsgruppe mit türkischem Migrationshintergrund findet sich zudem das stärkste Diskriminierungsgefühl: 37 Prozent dieser Befragten stimmen einem Gefühl von Diskriminierung voll und ganz zu, bei allen anderen Gruppen schwankt die Zustimmung zwischen 4 bis 8 Prozent.

Insgesamt kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass für die Mediennutzung von Migrant(inn)en die Faktoren Alter, Geburtsland, Bildung und deutsche Sprachkenntnisse ebenso wichtig, wenn nicht gar wichtiger sind als der Faktor der ethnischen Herkunft. Eine mediale Parallelgesellschaft ist nicht auszumachen.

In NRW gibt es rund 4,3 Millionen Menschen mit Zuwanderungsgeschichte. Die Ergebnisse einer aktuellen Studie der Landesanstalt für Medien NRW aus dem Sommer 2010, die sich mit der Mediennutzung von jungen Menschen mit russischem oder türkischen Wurzeln beschäftigte, zeigen, dass es – genauso wie bei deutschen Altersgenossen ohne Migrationshintergrund – in

erster Linie sozialer Status und formale Bildung sind, die das Mediennutzungsverhalten und die Medienkompetenz der Befragten bestimmen. Auch diese Studie besagt, dass sich eine Abgrenzung von Menschen mit Migrationshintergrund nicht ausmachen lässt.

- Trebbe, Joachim / Heft, Annett / Weiß, Hans-Jürgen (2010): Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Band 63. Berlin: Vistas.
- mekonet kompakt: Interkulturelle Medienarbeit auf einen Blick, www.mekonet.de/d/933981

Medienangebote

Nicht nur um Migrant(inn)en anzusprechen, sondern auch um Deutsche für die Lebenswelten ihrer aus dem Ausland stammenden Mitbürger(innen) zu interessieren und zu sensibilisieren, bieten deutsche Radio- und Fernsehsender Platz für spezielle interkulturelle Programme. Das „Forum am Freitag“ im ZDF, das wöchentlich online und im ZDFinfokanal ausgestrahlt wird, soll die Vielfalt des muslimischen Lebens in Deutschland zeigen. Muslime informieren dort in Interviews über ihre Kultur und Religion, die Zuschauer können online Fragen stellen und mitdiskutieren.

- www.forumamfreitag.zdf.de

International und weltoffen geht es beim Funkhaus Europa des Westdeutschen Rundfunks (WDR) zu. Entstanden aus Angeboten wie Radio Colonia, dem ersten muttersprachlichen Angebot für italienische Gastarbeiter in Deutschland, das 1961 zum ersten Mal sendete, gibt es heute Berichte und Musik aus aller Welt zu hören, die von einem multikulturellen Team präsentiert werden. Die Sendungen laufen in 14 verschiedenen Sprachen. Aber auch das Integrationsmagazin Cosmo TV im Fernsehangebot des WDR gilt als einzigartig in der deutschen Medienlandschaft: Das Magazin wendet sich an Deutsche wie an Zugewanderte und stellt Themen des Zusammenlebens in den Mittelpunkt der Sendungen.

- www.wdr.de/tv/cosmotv/



JoNaLu (ZDF)



Cosmo TV (WDR)

Ebenfalls in Köln beheimatet ist die Online-Community Vaybee!. Als Treffpunkt für 2,5 Millionen Türken und Türkischstämmige in Deutschland (so die Betreiber) ist dies die populärste deutsch-türkische Community, die ihren Nutzern sowohl Beiträge aus der eigenen Redaktion als auch Foren bietet, in denen die Mitglieder selbst Beiträge verfassen und sich miteinander vernetzen können – ein deutsch-türkischer Kommunikationsort im Internet, an dem sich unterschiedliche Lebenswelten verbinden.

■ www.vaybee.de/

Das Weblog „ein fremdwoerterbuch“ der Journalistin Kübra Gümüşay zählte im Jahr 2011 zu den Nominierten des Grimme Online Award als Beitrag, der „eigenwillig und einfühlsam die gesellschaftlichen und kulturellen Facetten des multikulturellen Deutschlands beschreibt“, so die Nominierungskommission in ihrer Begründung. Kein Gewinner, aber ein „Schlüsselloch“ für interessante Einblicke.

■ <http://ein-fremdwoerterbuch.blogspot.com/>

Ziel des 2009 gegründeten Magazins MiGAZIN aus Köln ist die „Förderung der politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Partizipation von Migranten/-innen in der Aufnahmegesellschaft“. In den Rubriken Politik, Gesellschaft, Recht und Wirtschaft befassen sich die Autoren (mit und ohne Migrationshintergrund) mit den Meldungen, die das Zusammenleben in Deutschland berühren.

■ www.migazin.de

Nur in den Nachrichten präsent zu sein, reicht nicht für die Integration ausländischer Mitbürger(innen) in die deutsche Medienwelt. Mittlerweile erobern sie sich auch Plätze in den Vorabendserien und den traditionellen Formaten der deutschen Fernsehunterhaltung. Seit 2001 zeigt der Comedian Kaya Yanar auf Sat1 die alltäglichen Stereotype und Vorurteile gegenüber Ausländern und führt sie gleichzeitig ad absurdum, wenn er in seiner Show „Was guckst du?“ und „Guckst du weita!“ Türke, Italiener, Inder, Araber und Deutscher zugleich ist.

2006 startete in der ARD mit „Türkisch für Anfänger“ eine heitere Familienserie über eine deutsch-türkische

Patchworkfamilie. Die Sendung wurde mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet. Ebenfalls preisgekrönt wurde Mehmet Kurtulus für seine Rolle als Tatortkommissar. Unabhängig von diesen guten Beispielen reicht es allerdings nicht aus, eine Art „Quote“ für Menschen mit Migrationshintergrund einzuführen, wenn diese in der Zuschauerwahrnehmung doch wieder auf eben diese Rolle reduziert werden: „Es ist für keinen jungen Menschen mit Migrationshintergrund ermutigend zu wissen, dass er immer nur Drogendealer spielen darf, sollte er später mal zum Fernsehen gehen“, so die Autorin Hilal Sezgin in einem ZEIT-Artikel (2007) (www.zeit.de/2007/45/Migranten-TV), und wünscht sich eine Zukunft, in der der „Migrationshintergrund“ eines Medienschaffenden nicht mehr thematisiert wird.

Medienmacher

Wenn man die Medienlandschaft in NRW betrachtet, sticht das umfassende Konzept des WDR hervor: In der redaktionellen Nachwuchsförderung spielt die Anstellung von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte eine wichtige Rolle. Im März 2011 stand das Thema Integration im Mittelpunkt der WDR-Bildungskonferenz „Vielfalt ist Zukunft!“. Der aktuelle Integrationsbericht des WDR (Mai 2011) zeigt, dass knapp 20 Prozent der im Jahr 2010 neu eingestellten Mitarbeitenden einen Migrationshintergrund haben, bei Volontären und Trainees sind es mehr als 13 Prozent.

Solche Maßnahmen führen auch abseits der Behandlung von Themen, die sich mit Interkulturellem Dialog und Migration befassen, dazu, dass „Diversity“, die Vielfalt in Unternehmen, alltäglicher und etablierter wird und zu einem „normalen“ Bild einer pluralen Gesellschaft beiträgt. Der Integrationsansatz des WDR, sowohl Kompetenzen in Fachredaktionen aufzubauen als auch das Thema als Querschnittsaufgabe zu etablieren, wird in Fachkreisen als vorbildlich angesehen.

■ www.wdr.de/unternehmen/programmprofil/integration/

Die Talentwerkstatt „WDR grenzenlos“ wendet sich speziell an junge Journalist(inn)en aus Einwandererfamilien und bietet jährlich zwölf von ihnen ein vier-

wöchiges Praktikum in verschiedenen Bereichen des WDR; drei Wochen lang werden journalistische und produktionstechnische Grundlagenseminare besucht.

■ www.wdr.de/unternehmen/karriere/talentwerkstatt/

Auch das Stipendiumprogramm „Medienvielfalt, anders“ der Heinrich-Böll-Stiftung wendet sich an begabte Abiturient(inn)en und Student(inn)en mit dem Berufswunsch Journalismus, die aus Einwandererfamilien stammen.

■ www.boell.de/stipendien/bewerbung/bewerbung-1724.html

Die „neuen deutschen Medienmacher“ sind ein bundesweiter Zusammenschluss von Journalisten mit und ohne Migrationshintergrund, die für deutsche Medien (Print, Online, Fernsehen, Radio) arbeiten und sich dafür einsetzen, dass sowohl in der Berichterstattung als auch in der Redaktion ein zahlenmäßig angemesseneres Verhältnis zwischen Journalisten mit und ohne Migrationshintergrund entsteht. „Jeder fünfte Einwohner im Land besitzt einen sogenannten Migrationshintergrund, aber nur jeder fünfzigste Journalist.“

■ www.neuemedienmacher.de

Das europäische Projekt Media4us2, das im September 2011 begonnen hat, befasst sich mit Maßnahmen zur Förderung einer ausgewogenen und fairen Darstellung der gesellschaftlichen Vielfalt in den Medien. Junge Nachwuchsjournalisten mit Migrationshintergrund werden in ihrer aktiven Teilnahme an der öffentlichen Meinungsbildung unterstützt. Zu den Zielen von Media4us2 zählen die professionelle Qualifizierung von Nachwuchsjournalist(inn)en mit Migrationshintergrund sowie die Produktion und Veröffentlichung einer Zeitung zur Berichterstattung über ihre Erfahrungen, Vorstellungen und Visionen zum Thema Integration. Eine begleitende Website zum interkulturellen Austausch, die in Kooperation zwischen Migrantenorganisationen und Journalisten entwickelt wird, soll Artikel, Blogs und Filme über das Leben und die Erfahrungen von Bürgern mit Migrationshintergrund anbieten. Diese wiederum kann als alternative Informationsquelle für Journalisten und Medien dienen. Die Grimme-Akademie wird dieses Projekt als nationaler Partner gemeinsam mit sieben weiteren EU-Ländern durchführen.

■ www.grimme-institut.de/html/index.php?id=1372

Angebote für Kinder

Gute Sprachkenntnisse und ein Zugehörigkeitsgefühl sind wichtige Faktoren für eine umfassende Mediennutzung. Entsprechende Förderangebote wenden sich besonders an Jüngere. Die Sendung JoNaLu des ZDF etwa widmet sich der Sprachförderung von Kindergarten- und Vorschulkindern und eignet sich zur Unterstützung des Spracherwerbs auch von Kindern, die mit Deutsch als Zweitsprache heranwachsen.

Während des Prix Jeunesse 2010 wurden internationale Fernsehverantwortliche zu Möglichkeiten befragt, Vielfalt im (Kinder-)Fernsehen abzubilden; eines der Fazits war, dass die Kinder sich im Fernsehen mit

all ihren Unterschieden bezüglich Herkunft und Kultur als selbstverständlicher Teil von erzählten Geschichten wiederfinden müssen – nicht als Teil einer Rolle, die den „Migranten“ darstellen soll

Ähnlich sehen es die Autorinnen der Medienanalyse „Kulturelle Vielfalt im Kinderfernsehen: „Fiktionale Figuren sollten nicht nur über ihren natio-ethno-kulturellen Hintergrund definiert werden. In den Figuren sollen Themen aufgegriffen werden, die Kinder insgesamt bewegen, ihr besonderer Hintergrund kann aber trotz allem sichtbar werden – und zwar nicht nur im Äußeren.“

Diese Beiträge sind zu finden in „TeleVizion – Diversität im Kinderfernsehen“ (23/2010).

■ www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/televizion.htm

Vielfalt und Klischee

Wie Menschen sozial zugeordnet werden, wird oft öffentlich, durch die Medien verhandelt. In der Mediendarstellung werden tatsächliche oder vermeintliche Gruppenzugehörigkeiten vermittelt, die oft auf Klischees verkürzt sind. Der Artikel „Migranten in den Medien – von der Ignoranz zum Kontakt?“ (Georg Ruhrmann / Denise Sommer, 2005) zeigt, dass die Darstellung bestimmter Migrantengruppen in den Medien nicht der Realität entspricht. So seien Türken in den achtziger Jahren in der Presse stark überrepräsentiert gewesen: Circa 60 Prozent aller Nennungen von Nationalitäten hätten sich auf Türken / Kurden bezogen, deren Bevölkerungsanteil jedoch nur knapp 34 Prozent aller Migranten entsprach. Durch die häufige Nennung sei diese Gruppe besonders aufgefallen. Nachdem diese übertriebene Nennung sich in den neunziger Jahren vermindert hätte, entspreche die Berichterstattung heute in der Quantität weitgehend der Realität. Hinzu kommt, dass Nationalitäten mit islamischem Glauben „dabei nicht nur überrepräsentiert, sondern auch häufig im Kontext von Kriminalität und Kontroversen gezeigt“ würden.

Auch heute noch kursieren in den Medien Bilder, die Zusammenhänge verkürzen: Beim Stichwort „Migranten“ dürften die wenigstens an hier lebende Amerikaner oder Skandinavier denken. „Migranten“ werden oft mit verschiedenen Berufen und sozialen „Schicksalen“ verbunden, die sie als Opfer kultureller Zugehörigkeiten oder Täter in bestimmten gesellschaftlichen Gruppen ansiedeln. Ein aktuelles Beispiel hierfür ist die Bezeichnung „Dönermorde“, die viel zu lange suggeriert hat, dass es sich bei diesen Morden um solche gehandelt hat, die in einem bestimmten Milieu stattgefunden haben.

Auszeichnungen

Als Gegenmaßnahme zu solchen medienvermittelten Verkürzungen werden verschiedene öffentliche Kampagnen und Preise entwickelt, die Zuwanderung als Chance und als Beitrag zur Vielfalt sichtbar machen wollen.

Medienarbeit und Medienprojekte

Im Angebot des Ministeriums für Arbeit, Integration und Soziales NRW sind über das Kapitel „Kultur und Medien“ (www.integration.nrw.de/projekte_konzepte/Kultur_und_Medien/index.php) weitere Hinweise zu nordrhein-westfälischen Initiativen zu finden: Das Kompetenzzentrum für Integration der Bezirksregierung Arnsberg etwa bietet eine aktuelle Fernsehorschau für Beiträge zur Integration an (www.kfi.nrw.de/Kultur_Medien/Fernseh-Vorschau/index.php). Die Website www.nrw-kulturen.de widmet sich dem Dialog zwischen Kunst und (unterschiedlichen) Kulturen.

Das Bennohaus in Münster befasst sich in seinem Medienzentrum unter anderem mit den Zielgruppen der Senioren und Migranten; die Ergebnisse des Modellprojekts „Medien – Senioren – Migration – Integration – Partizipation“ sind auf der Seite www.senioren-migranten.de zu finden. Und auch das Medienprojekt Wuppertal (www.medienprojekt-wuppertal.de) widmet sich in vielen seiner Arbeiten Fragen einer pluralen (Jugend-)Kultur.

Anlässlich des 50. Jubiläums des deutsch-türkischen Anwerbeabkommens in diesem Jahr hat die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration zur Teilnahme am Wettbewerb „Heimat Al-manya – Zeig uns Dein Deutschland“ aufgerufen. Jugendliche konnten bis Ende September 2011 Video-, Fotografie-, Text-, Audio- oder Kunstbeiträge erstellen und veröffentlichen.

■ www.heimat-almanya.de

Alljährlich lädt RTL Schüler(innen) zwischen 15 und 20 Jahren, die sich filmisch mit Migration und Integration auseinandersetzen sollen, zum „Com.mit-Award“ ein. Im Jahr 2011 gewann der 19-jährige Besnik aus Wolfenbüttel mit seiner Idee, Seniorinnen Breakdance beizubringen. Der Preis für junge Nachwuchsjournalist(inne)n ging an Absolventinnen der Deutschen Journalistenschule München für ihren Beitrag zu einem Ort, in dem 70 Ortsansässige mit 90 Asylbewerbern leben und in dem ein Austausch nicht gelingen kann. Die Verleihung der Awards, die seit 2008 vergeben werden, ist jeweils der Auftakt zu einer RTL-Themenwoche zur Integration, die mit Beiträgen in den News- und Magazinsendungen gestaltet wird.

■ www.rtlcommit.de

Der mit 30.000 € dotierte KAUSA Medienpreis – 2011 zum zweiten Mal vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) ausgeschrieben – zeichnete im Dezember 2011 erneut die besten Beiträge aus den Bereichen Print / Online, Hörfunk, Fernsehen / Multimedia aus. Thema der Arbeiten waren Bildungswege von Migranten. Organisiert wird der Medienpreis von KAUSA, der „Koordinierungsstelle Ausbildung bei Selbstständigen mit Migrationshintergrund“, die einen Bereich des BMBF-Ausbildungsstrukturprogramms JOBSTARTER beim Bundesinstitut für Berufsbildung darstellt.

■ www.kausa-medienpreis.de

Herausragende Programme zu Integration und kultureller Vielfalt in Europa werden durch den CIVIS Medienpreis ausgezeichnet. Der Preis wurde geschaffen

für Hörfunk-, Fernseh- und Internetbeiträge, die „friedliches Zusammenleben von Menschen unterschiedlichster nationaler, ethnischer, religiöser oder kultureller Herkunft fördern“. Ausgeschrieben wird der CIVIS Medienpreis von der Arbeitsgemeinschaft der Landesrundfunkanstalten in Deutschland (ARD), vertreten durch den Westdeutschen Rundfunk (WDR), und der Freudenberg Stiftung.

■ www.civismedia.eu

Fazit

Verschiedene Initiativen und Projekte tragen bereits dazu bei, dass Menschen mit Migrationshintergrund in ihren Rollen als Nutzer und Produzenten von Medien als Teil einer vielfältigen Gesellschaft gesehen werden. Solange allerdings ihre Darstellung in den Medien immer wieder auf Klischees und Vereinfachungen reduziert wird, ist die weitere Auseinandersetzung mit dem Thema „Medien und Migranten“ nicht abgeschlossen.

Impressum

Die Erstellung dieser Broschüre wurde von der Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert. Sie kann kostenlos unter www.grimme-institut.de/imblickpunkt heruntergeladen werden.

Grimme-Institut
Gesellschaft für Medien, Bildung und Kultur mbH
Eduard-Weitsch-Weg 25 • D-45768 Marl
Tel: +49 (0) 2365 9189-0 • Fax: +49 (0) 2365 9189-89
E-Mail: info@grimme-institut.de
Internet: www.grimme-institut.de

Text: Annette Schneider, Cathrin Bengesser, Lars Gräßer
Redaktion: Annette Schneider
Gestaltung und Layout: Georg Jorczyk
Bildquellen: Christian Jung / fotolia.com (S. 1), ARD / Hardy Spitz (S. 1, 2), Scopas Medien AG (S. 1, 3), WDR (S. 1, 4)

Redaktionsschluss: Dezember 2011