

## Neue Deutsche Medienmacher Mentorenprogramm 2013

Die Beteiligung von Menschen mit Migrationshintergrund an der Medienproduktion ist ein wichtiger Faktor für die mediale Integration. Schätzungen zufolge liegt der Anteil von Medienschaffenden mit Migrationshintergrund in den Medienberufen im einstelligen Bereich<sup>1</sup>. Eine im Rahmen des DFG-Forschungsprojekts „Mediale Integration von ethnischen Minderheiten“ erfolgte Umfrage in deutschen Zeitungsredaktionen schätzt den Anteil von hauptberuflichen Journalisten mit Migrationshintergrund auf lediglich 1,2 Prozent. In 84 Prozent der Tageszeitungen seien einheimische Journalisten ohne Migrationshintergrund unter sich. Auch in den einschlägigen Ausbildungsgängen zum Journalismus sind Nachwuchskräfte mit Migrationshintergrund stark unterrepräsentiert. Die berufliche Integration von Migrantinnen und Migranten in den Journalismus gelingt nur unzureichend.

In manchen Medienhäusern wurde in den letzten Jahren eine aktive Unternehmenspolitik eingeleitet, um Nachwuchskräfte mit Migrationshintergrund zu gewinnen. Folglich ist „Diversity Management“ in vielen Unternehmen als Bestandteil der Unternehmensführung verstärkt in den Fokus gerückt – auch im Hinblick auf die eigene Wettbewerbsfähigkeit in einer zunehmend vielfältigeren Gesellschaft. Wenngleich in den letzten Jahren in diesen Medienunternehmen erkennbare Anstrengungen unternommen worden sind, Angehörige aus den Einwanderungsgruppen in ihre Arbeit einzubeziehen, bleibt deren Anteil vor allem in den journalistischen Berufen immer noch verschwindend klein.

Für die gezielte Personalgewinnung und -entwicklung sind Mentorenprogramme daher für junge Nachwuchskräfte mit Migrationshintergrund empfehlenswert. Die Einführung solcher Programme kann den Zugang in die Medien erleichtern. Zugleich werden die Redaktionen sensibilisiert, dass mit den „Neuen“ zusätzliche Qualifikationen und Sichtweisen in die Redaktionen eingehen. Das Mentoring fördert Vielfalt, weil es Qualitäten stärken kann, die auf den Medienmärkten noch nicht hinreichend etabliert sind, andererseits auch die Mentees zu gezielten Anpassungsleistungen motivieren kann. Im Mentoring erhöhen sich die beruflichen Integrationschancen.

Ein offenes, medienübergreifendes Mentorenprogramm wird vom Verein „Neue Deutsche Medienmacher“ e.V. umgesetzt und soll gemeinsam mit den Medienhäusern ausgebaut werden.

Im Netzwerk und im Verein der Neuen Deutschen Medienmacher kommunizieren Ältere und Jüngere, Mitglieder mit unterschiedlichen journalistischen Berufserfahrungen und Mitglieder, die ihren Weg in den Beruf suchen. Vor allem für diejenigen, die ihre ersten Schritte in den journalistischen Beruf machen oder sich in einer journalistischen Ausbildungsphase befinden – wie z.B. in dem vom Verein geprägten Kurs „Bikulturelle crossmediale Journalistenausbildung“ im Bildungswerk Kreuzberg,

---

<sup>1</sup> In einer Mitgliederbefragung ermittelte die Fachgruppe Journalismus der IG Medien einen Anteil von 3 % nicht-deutscher Mitglieder. Die Bundesanstalt für Arbeit beziffert den Anteil an Migranten unter den Publizisten auf 2,5 %. Vgl.: Beauftragter des Senats von Berlin für Integration und Migration: Expertise „Ausbildung von Volontären in den Medien“, Berlin 2006.

wurde das Mentorenprogramm zu einem Markenzeichen des Netzwerks. In den Jahren 2009/2010 starteten die Neuen Deutschen Medienmacher ihr überwiegend ehrenamtlich betreutes Mentorenprogramm für die TeilnehmerInnen der "Bikulturellen crossmedialen Journalistenausbildung".

Mittlerweile erfährt das Projekt die Unterstützung der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, wodurch ein aufwändiges und bedürfnisorientiertes Matching und eine umfangreiche Betreuung und Organisation des Mentorenprogramms gewährleistet ist. Im Jahr 2012 verwirklichten die Neuen deutschen Medienmacher ein umfangreiches und weitreichendes Mentoringprogramm und vermittelten bundesweit 25 NachwuchsjournalistInnen mit Migrationshintergrund hochkarätige und engagierte MentorInnen, die sie erfolgreich ein Jahr lang auf Ihrem Berufsweg in den Journalismus begleiteten.

Kern eines jeden Mentorenprogramms ist die Betreuung eines Mentees durch eine(n) MentorIn. Berufliche Kompetenz und persönliche Ansprechbarkeit stehen im Mittelpunkt einer solchen eher informellen als strukturierten Betreuung.

Das Wort „Mentor“ stammt aus der griechischen Mythologie. Es taucht in Homers Odyssee auf. Bevor Odysseus in den Trojanischen Krieg zog, bat er einen Vertrauten mit dem Namen Mentor, sich während seiner Abwesenheit um seinen Sohn Telemachos zu kümmern. Mentor solle wie ein „geistiger Vater“ sein und Telemachos in die Gebräuche der Gesellschaft einführen und ihm mit Rat und Tat zur Seite stehen, um ein guter König seines Inselvolkes zu werden. Die Figuren Mentor und Telemachos stehen also Pate für eine soziale Beziehung, in der eine ältere, meist erfahrene Persönlichkeit mit einem jüngeren Menschen Erfahrungen und Ratschläge austauscht. Beide führen über eine längere Zeit regelmäßig Gespräche mit dem Ziel, die Persönlichkeit und die Fähigkeiten des Mentees zu fördern und ihm den Einstieg in den Beruf zu erleichtern.

Mentorenprogramme sind erfolgreich, wenn vorher die Erwartungen an ein Mentoring für beide Seiten möglichst präzise geklärt sind (Matching). Mentoren sind keine Sozialarbeiter oder Psychologen, Mentees keine Patienten oder Problemfälle.

Mentoring ist eine gezielte und beschränkte Kommunikation. Deshalb sollten die Grundlagen für gemeinsame Gespräche zwischen MentorIn und Mentee geklärt sein. Dafür können folgende Schwerpunkte dienen:

- Beratung in konkreten Situationen, in Schwierigkeiten des Mentees
- Feedback zu Verhaltensweisen des Mentees
- Berufliche Planung und Besprechung der beruflichen Strategien
- Einführung in Netzwerke und Vermitteln von Kontakten
- Eigene Erfahrungen des Mentors
- Informelles Wissen über berufsrelevante Organisationen und berufliche Abläufe

Das Netzwerk der Neuen Deutschen Medienmacher ist für ein solches Mentoring sehr hilfreich. Im Netzwerk gibt es zahlreiche Verbindungen. In ihm ist es leichter, die richtigen Leute kennen zu lernen, sich an jemanden zu wenden, offene Ohren zu finden, die Unterschiedlichkeit beruflicher Wege von Kolleginnen und Kollegen mit Migrationshintergrund zu erfahren. Mentoring ist kein Allheilmittel für die berufliche Karriere. Es kann aber erheblich dazu beitragen, die eigenen Möglichkeiten in dieser

Karriere richtig einzuschätzen. Eine Studie über Nobelpreisträger hat ergeben, dass rund die Hälfte von ihnen Mentoren hatten, die selbst Nobelpreisträger waren.

Die informelle Beziehung zwischen MentorIn und Mentee wird ohne Einweisung durch eine Organisation oder Institution aufgebaut. Das bedeutet, dass es im Netzwerk und über es hinaus genügend Persönlichkeiten geben muss, die als MentorInnen tätig werden wollen und die sich für ein Mentoring zur Verfügung stellen. Mit dieser Suche wurde 2010 systematisch und erfolgreich begonnen. Wenngleich im Kern des Mentoring die Dauer und die Intensität einer sozialen Beziehung auf Zeit steht, sollte diese Beziehung eingebaut werden z.B. in die Rahmenbedingungen des jeweiligen Ausbildungsprogramms oder in die berufliche Orientierungsphase kurz nach Abschluß der Ausbildung. In der Regel wird durch das Mentoring z.B. während der Ausbildung eine Person von außerhalb des Ausbildungsbetriebs in die Ausbildungsphase eines Mentees einbezogen. Dabei sollte das Interesse des Mentees am späteren beruflichen Werdegang bei der Zuordnung eines Mentors eine große Rolle spielen. Diese Verbindung eines persönlichen Mentorings mit einer konkreten Ausbildungsstruktur (wie Studium, Kurs oder Volontariat) oder auch mit den Interessenschwerpunkten zu Beginn des Berufswegs eines Mentees herzustellen, ist die eigentliche Arbeit des Matching. Für das Matching ist eine journalistisch erfahrene Kollegin aus dem Netzwerk der Neuen deutschen Medienmacher zuständig. Verantwortlich für das MdM-Mentorenprogramm 2013 ist Konstantina Vassiliou-Enz, stellvertretende Vorstandsvorsitzende des "Neue deutsche Medienmacher" e.V..

Das Mentoring durchläuft verschiedene Phasen, an denen sich MentorInnen und Mentees orientieren. In der Eingangsphase lernen sich die Beiden kennen, entwickeln gegenseitiges Vertrauen und verständigen sich über die Ziele, die sie mit den Gesprächen (oder über die Mail-Kommunikation) verbinden. Ein erstes großes Eingangstreffen aller MentorInnen und Mentees unterstützt die persönliche Beziehung und Begegnung aller TeilnehmerInnen.

In der zweiten Phase werden konkrete Themen und Fragestellungen kommuniziert. Zu ihr gehören auch die Erfahrungen, sich nicht gegenseitig zu überfordern und MentorInnen nicht als „LöserInnen“ für alle Probleme zu missverstehen.

In der dritten Phase werden die Möglichkeiten zur Hilfestellung konkretisiert. In ihr kommt es darauf an, möglichst realistische Strategien für den Berufseinstieg zu finden und an ihrer Umsetzung zu arbeiten. Dabei spielen auch die Kompetenzen und Beziehungen eine Rolle, die im journalistischen Berufsfeld bestehen. In der letzten Phase wird das Mentoring bilanziert und seine Rolle in der Ausbildung oder beruflichen Orientierungsphase beendet. Zum Abschluß des Mentorings findet ein letztes gemeinsames Treffen zum Erfahrungsaustausch mit allen TeilnehmerInnen des Projekts statt.

Neben den individuellen Kernen, die in einem Mentorenprozess eine wichtige Rolle spielen, gibt es zahlreiche Themen, die im Mentoring verankert werden:

- Ausbildung und mögliche Berufwege in den Medien und für die Medien
- Klärung der individuellen Qualitäten für die journalistischen Berufsfelder
- Biografische Erfahrungen und Journalismus
- Jobsuche, Praktika, Schwerpunktsetzung
- Probleme in den redaktionellen Interaktionsfeldern
- Networking, Kontakte, soziale Kompetenzen
- Präsentationsanforderungen, Umgang mit Kritik, Auftreten und Sprache
- Überzeugungen, Selbstbewusstsein

Eine Mentorenbeziehung wird nicht durch einen Vertrag abgeschlossen. Dennoch ist es notwendig, für eine solche Beziehung einen Rahmen und feste Vereinbarungen zu schaffen. Auch diese Voraussetzung sollte durch das Matching gewährleistet sein. In diesem Rahmen werden Beginn und Ende einer Mentorenbeziehung festgelegt, die Ziele für die Gespräche werden vorgegeben, die wichtigsten Profildaten für die Gesprächsteilnehmer werden zusammengestellt. Im Idealfall sollte trotz Telefon und Mail die räumliche Erreichbarkeit für persönliche Gespräche gewährleistet sein. Da es sich beim Mentoring um ein besonderes Vertrauensverhältnis handelt, sollte klar sein, dass vertrauliche Informationen aus dem Mentoring nicht an Dritte weitergegeben werden. Auch sollte von Anfang an darauf hingewiesen werden, dass ein eingegangenes Mentoring auch scheitern kann. Dafür sollte ein Verfahren verabredet werden, wie eine Beziehung vorzeitig gelöst werden kann.

Prof. Dr. Ulrich Pätzold

Konstantina Vassiliou-Enz  
stellv. Vorstandsvorsitzende NDM