



FAQ #wetterberichtigung

Januar 2021

Warum hat das Wetter plötzlich Migrationshintergrund?

Bisher trugen die Hoch- und Tiefdruckgebiete fast nur urdeutsche Namen, obwohl sie jedes Jahr neu „getauft“ werden. Aber das Wetter gehört allen und die Namen dieser Wetterpatenschaften sollten nicht so klingen, als wäre Deutschland ein Germanen-Reservoir. Mit der Kampagne #wetterberichtigung wollen wir zeigen, dass unsere Gesellschaft vielfältig ist, aber Menschen aus Einwandererfamilien oft unsichtbar bleiben.

Vielen ist nicht bewusst, wie divers unsere Gesellschaft ist und dass Menschen aus Einwandererfamilien längst keine kleine Minderheit mehr sind, sondern der gesellschaftliche Standard. In vielen Großstädten hat die Mehrheit der Kinder und Jugendlichen bereits einen sogenannten Migrationshintergrund. Das muss sichtbar werden und sich in den Medien und anderen Bereichen widerspiegeln.

Warum ausgerechnet Wetter?

Beim Wetter konnten wir uns mit einem „Hack“ einkaufen. Das geht in anderen Bereichen nicht so einfach 😊 Außerdem reden alle immer übers Wetter, damit arbeiten wir.

Mit #Wetterberichtigung wollen wir symbolisch zeigen, dass wir überall Partizipation und Repräsentation fordern. In den Redaktionen und sogar auf der Wetterkarte, weil's dort am einfachsten ist.

Und wir wollen einen Bewusstseinswandel anstoßen: auch Tief Dragica oder Hoch Ahmet stehen für „typisch deutsches Wetter“.

Woher habt ihr das Geld für die Kampagne?

Wir haben die Ausgaben privat vorgestreckt, zum Beispiel kosten die Hochs 350 Euro, die Tiefs 250 Euro. Mittels Spenden wollen wir die Kosten für die Wetterpatenschaften refinanzieren und ggf. auch Geld sammeln, um 2022 wieder für Wetterberichtigung zu sorgen. Das Engagement der dahinterstehenden Menschen, Organisationen und Agenturen ist ehrenamtlich bzw. pro bono.



Warum ausgerechnet diese 14 Namen? Fehlen da nicht Communities und Migrant*innengruppen?

Ja, so schade. Leider fehlen einige Herkunftsgruppen. Es war uns nur möglich, 14 Hoch- und Tiefdruckgebiete zu benennen. Damit alle migrantischen Communities sichtbar werden, stellen wir zusätzliche Wetterkarten mit neuen Namen zur Verfügung, die wir und alle, die wollen, über Social Media verbreiten können.

Die Vor- und Nachnamen, die beim Institut für Meteorologie hinterlegt wurden, sind erfunden und bis auf eine Ausnahme keine realen Personen. Aus Sicherheitsgründen, leider.

Warum wollt ihr die Quote für Medienhäuser?

Bisher liegt der Anteil an Menschen aus Einwandererfamilien im Journalismus bei schätzungsweise 0 bis 10 Prozent. Viele Redaktionen sind noch immer sehr weiß. Heute könnte sich niemand mehr vorstellen, dass in Redaktionen zum Beispiel nur Männer arbeiten. Uns geht es ähnlich. Wir wollen uns keine seriösen Redaktionen mehr vorstellen müssen, die fast nur aus deutschen Ureinwohner*innen besteht. Gesellschaftliche Perspektiven sind vielfältig und Redaktionen sollten das abbilden. Nicht (nur) aus Fairnessgründen, sondern weil Journalismus nicht einseitig sein sollte.

Eine Möglichkeit, Diskriminierungen auszugleichen, sind sogenannte positive Maßnahmen („affirmative action“). Dazu zählen auch Quoten. Sie bewirken effektive Veränderungen und machen sie vor allem messbar und transparent. Quoten können gesetzlich vorgeschrieben sein, aber ein Betrieb kann sich auch selbst dazu verpflichten, eigene Quoten-Ziele zu erreichen. 2020 hat sich zum Beispiel **die UFA-Filmproduktion** als erstes deutsches Unterhaltungsunternehmen dazu verpflichtet, bis 2024 [„im Gesamtportfolio eines Jahres die Diversität der Gesellschaft abzubilden“](#).

Die NdM arbeiten gerade an einem **DIVERSITY-GUIDE für deutsche Medien**. Darin sind zig Methoden, Best-Practices, Argumente und Empfehlungen gesammelt für vielfältiges Medienpersonal und Medieninhalte. Das Handbuch wird im März 2021 veröffentlicht.

Warum schlägt ihr eine Quote von 30 Prozent bis 2030 vor?

Aus der [Gender-Forschung](#) wissen wir: wenn eine Frau in einen DAX-Vorstand mit 10 Männern kommt, wird sie sich anpassen. Sie wird sich so kleiden, sprechen und arbeiten wie die anderen. Für einen Kulturwandel braucht es eine sogenannte „kritische Masse“, die bei dreißig Prozent liegt.

Außerdem wird der Anteil von Menschen aus Einwandererfamilien in absehbarer Zeit ohnehin auf 30 Prozent steigen (in D aktuell bei 26).



Was läuft in anderen Einwanderungsländern besser?

So einiges. Die staatliche Rundfunkgesellschaft in [Kanada CBC/Radio-Canada](#) setzt sich zum Beispiel klare Ziele, um die Diversität in der Gesellschaft in den Redaktionen abzubilden und veröffentlicht in Tabellen den aktuellen Stand der Fortschritte.

US-amerikanische Medien benennen für Vielfalt verantwortliche Personen („[Diversity & Inclusion Officer](#)“). Oder sie haben Diversity-Statute und legen ihre Daten offen, wie die [VICE Media Group](#). 2019 lag der Anteil von People of Color und Schwarzen Menschen bei VICE demnach bei 38%, der von weißen Journalist*innen bei 62%.

Bei der britischen BBC gibt es z.B. [BAME-Quoten](#) (Black, Asian, Minority Ethnic), die dem Bevölkerungsanteil entsprechen und überall freiwillig erreicht werden sollen. Und dazu gibt es sanften Druck: so werden Führungskräfte z.B. nicht befördert, wenn sie sich nicht nachweislich für Diversity in ihren Teams einsetzen.

Mehr Beispiele und auch Methoden gibt's ab März 2021 im NdM-Diversity-Guide.

Was hat Wetter mit den NdM zu tun?

Die NdM setzen sich seit über 10 Jahren für mehr Vielfalt in den Medien und eine professionelle Berichterstattung im Einwanderungsland Deutschland ein. Dazu zählt auch, Vielfalt in Wetterberichterstattung. Sie kommt in jeder Nachrichtensendung am Ende. Und natürlich geht es uns nicht nur ums Wetter, das ist nur ein Beispiel und wir hatten Lust, die Wetterkarte aufzumischen. Insgesamt geht es uns um Vielfalt in den Medien – denn guter Journalismus ist immer vielfältig.