

Iva Krtalić / Erk Simon

Medien für die superdiverse Gesellschaft

Konzepte und Ergebnisse für die Medienpraxis

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<https://dnb.de> abrufbar.

Iva Krtalić / Erk Simon

Medien für die superdiverse Gesellschaft.

Konzepte und Ergebnisse für die Medienpraxis

Köln: Halem, 2026

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung
sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner
Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche
Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer
Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt
oder verbreitet werden.

© 2026 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-739-7

ISBN (PDF): 978-3-86962-740-3

Herbert von Halem Verlagsges. mbH & Co. KG

Boisseréestr. 9-11, 50674 Köln

<https://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

LEKTORAT: Anna Ohde

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

COVERFOTO: WDR / Annika Graeff

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

1.	EINFÜHRUNG – DYNAMIKEN UND MEDIENDISKURSE IN DER EINWANDERUNGSGESELLSCHAFT	9
2.	NEUE FRAGEN – ALTE ANTWORTEN? KONZEPTE UND THEORETISCHE ANSÄTZE	19
2.1	Der konzeptionelle Rahmen ›superdiverse Gesellschaft‹	19
2.2	Repräsentation – theoretische Rahmung	35
2.3	Medien für wen? Wie sich Medienpublikum und Medienrezeption verändern	43
2.4	Forschungsfeld Medien und Migration	49
2.5	Empirische Basis – Publikumsstudien	58
3.	MEDIALE BEDÜRFNISSE MIGRANTISCHER ZIELGRUPPEN – QUALITÄTSKRITERIEN AUS PUBLIKUMSSICHT	65
3.1	Relevanz der Medien	66
3.1.1	Medienbedürfnisse: qualitative Analyse	68
3.1.2	Themeninteressen und Mediennutzung: quantitative Ergebnisse	94
3.2	Identifikation	101
3.3	Vertrauen	124
3.4	Normalität	143

4.	ZUSAMMENFASSUNG UND ABLEITUNGEN	158
4.1	Qualitätskriterien und Ableitungen für die Medienpraxis	164
4.2	Perspektiven für weitere Forschung	172
	Literatur	176
	Über die Autor:innen	188

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Entwicklung der Bevölkerung mit Einwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen	44
Abb. 2	Bevölkerung mit Einwanderungsgeschichte in Nordrhein-Westfalen nach Altersgruppen	47
Abb. 3	WDR-Sounding-Board, Online- Community – Zusammensetzung der Teilnehmenden nach soziodemografischen Merkmalen	75
Abb. 4	Welcher Sender (tv, Radio) oder welches Online-/ Social-Media-Angebot bildet Ihren persönlichen Lebensstil am besten ab, also das, was Sie in Alltag und Freizeit interessiert und bewegt?	84
Abb. 5	Bei welchem Sender (tv, Radio) oder welchem Online-/ Social-Media-Angebot sehen bzw. hören Sie am ehesten Menschen, die Sie interessant finden?	85
Abb. 6	Stammnutzer:innen der Medienangebote	96
Abb. 7	Meist- und zweitmeistgehörte Radioprogramme in Nordrhein-Westfalen	100
Abb. 8	Wie wichtig ist es Ihnen, dass Menschen mit Migrationshintergrund in den deutschen Medien zu sehen und zu hören sind?	105
Abb. 9	Inwieweit vertrauen sie diesen Medienanbietern?	136

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Nutzung von Nachrichten auf Webseiten, in Apps oder in sozialen Netzwerken	97
Tab. 2	Genutzte Inhalte auf Webseiten, in Apps oder in sozialen Netzwerken	99
Tab. 3	Wenn es um aktuelle Informationen und Nachrichten geht, inwieweit vertrauen Sie folgenden Anbietern?	132
Tab. 4	Inwieweit vertrauen sie diesen Medienanbietern?	138