

Projekt

Integrationsradio Rhein-Sieg

Konzept für eine Sendereihe der Integrationsarbeit im SU-Kreis

Mai 2011

Idee und Entwurf von Cesaire Beyel

In Zusammenarbeit mit

Frau Sabine Elze, Stabstelle Integration Rhein-Sieg-Kreis

Frau Gabrielle Albrecht, Integrationsrat Sankt-Augustin

Frau Elisabeth Müller, Integrationsrat Niederkassel

Herr Abdulrahman Köylüoglu, Integrationsrat Troisdorf

Frau Diana Vicente Lopez, Integrationsrat Bornheim

Motivation und Rahmenbedingungen

1. Gegenstand und Motivation

Heutzutage werden verschiedene Medien genutzt, um die Ziele der Integration besser zu erreichen und der interessierten Öffentlichkeit die Integrationsarbeit näher zu bringen. Bisher gehören Radio und Rundfunk, zumindest im Rhein-Sieg-Kreis nicht in vollem Maße dazu. Mit diesem Projekt sollen diese bislang ungenutzten Potentiale zum Einsatz kommen. Wir als Netzwerk der Integrationsräte des Rhein-Sieg-Kreises möchten eine Sendereihe im Bürgerfunk bzw. im Radio rund um Integration realisieren. Den Zielgruppen und dem interessierten Publikum soll ein Medium bzw. eine Plattform zur Kommunikation und Informationsaustausch angeboten werden.

2. Ziele und Zielgruppen

Mit diesem Projekt wollen wir folgende Ziele erreichen:

- Aktivitäten und Akteure vorstellen,
- Alle Akteure und Betroffene mit ihrer Perspektive zu Wort kommen lassen
- Zielpublikum und Zielgruppen besser erreichen
- Integrationspolitik auf verschiedensten Ebenen in geeigneter Weise kommunizieren
- Mehr Leute für die Ziele der Integration interessieren/ansprechen
- Informieren und Vernetzen, um Synergien und Bewährtes besser zu nutzen

Als wichtigste Zielpersonen und -gruppen für diese Arbeit können wir die Folgenden aufzählen:

1. Menschen mit Migrationsgeschichte
 - Aktive,
 - Jugendliche,
 - Frauen/Mädchen,
 - Senioren,
 - Geschäftsleute
 - ...
2. Organisationen und Institutionen insbesondere solche mit Bezug zu Migranten
 - Kirchliche und Wohlfahrtsorganisationen,
 - Migrantenorganisationen,
 - ...
3. Kommunale und lokale Politik insbesondere im Bereich der Integrationspolitik
4. Träger von Integrationskursen,
5. Internationale Begegnungsstätten.
6. Akteure aus der Wirtschaft

7. Interessierte Menschen ohne Migrationsgeschichte

Umsetzung

1. Title der Veranstaltung

Durch einen guten und aussagekräftigen Titel kann man die Sendung gut positionieren. Der Titel soll nicht nur viele zum Teil konträre Perspektiven ansprechen. Er sollte auch die Bereitschaft, nicht nur zuzuhören sondern aktiv mitmachen zu wollen anregen. Er soll einfach Lust auf mehr machen. Umso wichtiger ist es, sich hier schon am Anfang bis an die Grenzen der Phantasie heranzutasten, damit ein guter Titel (und Untertitel) gefunden wird.

Als mögliche Titel sind bisher vorgeschlagen:

- „Integrationsradio Rhein-Sieg“ - Eine Radiosendung der Integrationsräte des Rhein-Sieg-Kreises -
- „Buntes Radio Rhein-Sieg“ - Interkulturelle Vielfalt erleben -.
- „Interkulturelles Zusammenleben“ - ... -
- „kulturelle Vielfalt hören“ - ... -
- ...

Titel und Untertitel können hier natürlich beliebig umgetauscht oder kombiniert werden. Weitere Vorschläge erwünscht.

2. Beschreibung des Formats

Grundphilosophie der Sendung: Grundeinstellung, Motto

Da ein solches Vorhaben kaum zum Selbstzweck oder als reinen Zeitvertrieb (auch wenn das Radiomachen allen Beteiligten Spaß machen sollte) betrieben wird sondern mit einem klaren Ziel vor Augen durchgeführt wird ist es wichtig, von Anfang an eine Grundphilosophie zu definieren, an der wir das Projekt orientieren.

Die Grundpfeiler dieses Vorhabens (sowie beim letzten Treffen aufgenommen) sind:

- ⇒ Informationen bieten
- ⇒ Positivität und Spaß am Miteinander fördern und vermitteln
- ⇒ Migranten/Migrantinnen als Bereicherung verstehen
- ⇒ Gegenseitige Toleranz fördern

An diesen Grundpfeilern werden sich die Sendungen orientieren und widerspiegeln. Darauf basierend können wir folgendes Motto für unsere Sendereihe nehmen:

...

3. Stil

Der Stil der Sendung könnte einfach, informativ sein und sollte dennoch nicht zu simpel sein. Er soll berücksichtigen, dass wir z. Teil ein Publikum adressieren, das der deutschen Sprache nicht vollkommen mächtig ist, jedoch soll er nicht einer klischeehaften Vereinfachung verfallen.

3. Inhaltliche Gestaltung: Ausrichtung auf das Zielpublikum

Thematisch

Folgende thematische Richtungen wurden für die inhaltliche Gestaltung der Sendungen vorgeschlagen:

- ⇒ gesellschaftliche Themen (z. B. Arbeitsmarkt) sollen aufgegriffen werden
- ⇒ MigrantInnen (mit besonderer Lebensgeschichte oder beispielhaft gut gelungener Integration) sollen vorgestellt werden (auch in Form von Interviews)
- ⇒ Institutionen, Organisationen, Migrantenorganisationen sollen vorgestellt werden
 - Freizeit
 - Kultur
 - Hilfsangebote, z.B. die Erwerbslosenberatungsstelle www.fabrik-siegburg.de
 - Bürgervereine
- ⇒ Berichterstattung über Veranstaltungen, Feste. Z. B. :
 - Das Projekt "Gärten der Nationen" in Sankt Augustin richtet sich in erster Linie an Sankt Augustiner Bürger...besonders an Migranten, die einen Garten haben wollen. Es könnte vielleicht von dem Planer der Stadtverwaltung in einer Sendung vorgestellt werden.
 - 10-jähriges Bestehen der Agendagruppe Sankt-Augustin, deren Schwerpunkt die Integration von Migranten ist. Gute Infos über www.agenda-sankt-augustin.de
 - Ein Moscheeverein vorstellen: Eine sehr gute Erklärung über die Moschee in Königswinter im Arbeitnehmerzentrum Königswinter mit dem Thema "Intergration geschieht im Alltag"
 - Es gibt es eine politische Partei in Bonn, die von Migranten gegründet wurde.
- ⇒ Aktuelles aus der Integrationspolitik u. a. „aus Migrantensicht“

Musikalisches Konzept

Da die Musik ein großen Teil der Sendung ausmacht (mindestens ein gutes Drittel) es ist auch wichtig, sich im Voraus Gedanken über das Musikangebot zu machen. Wie gewährleisten wir eine gewisse Konstanz in der Vielfalt des Angebots? Ein Beispiel wäre, bei jeder Sendung, ein Musikstück aus jedem Kontinent zu spielen. Alternativ kann auch über eine ganze Sendung hindurch die Musik eines Lands/Kontinents gespielt werden.

Das Markenzeichen

Besonders wichtig ist es zu überlegen, was wir Besonderes in der Sendung machen um sie einmalig zu machen. Es besteht die große Gefahr, dass man zu einfach gestrickt auftritt und dadurch die Sendung schlicht langweilig ist und deswegen im riesigen vorhandenen Angebot einfach untergeht. Deswegen sollen wir überlegen, mit welchem „Bonbon“ wir die Sendung besonders attraktiv machen (beispielsweise durch interaktives Spiel, einen ausgefallenen Spruch, ein kleines Theater/Comedy-Stück etc., was bei jeder Sendung immer wieder kommt) so dass sie einem Zuhörer lange im Gedächtnis bleibt.

Interaktivität und Feedback

Von vorne herein sollen wir daran denken, die Zuhörerschaft einzubeziehen: Bitte um Nachfragen, Meinungen, Vorschläge und Anregungen, Lob und Kritik usw.

Dauer einer Sendung, Frequenz (Häufigkeit), Zeit

Vorgeschlagen wurde folgendes:

- ⇒ Rhythmus: 3 Sendungen pro Halbjahr
- ⇒ Sendezeit 30-60 Minuten abzüglich mind. 1/3 Musik
- ⇒ eine Sendung bedeutet 1 Tag Zeitbedarf im Studio plus Vorbereitungszeit (Recherchen, Gewinnung von InterviewpartnerInnen, ...). Ein eventuelles Nachschneiden aufgenommener Beiträge kann u.U. auch viel Zeit in Anspruch nehmen.
- ⇒ rechtzeitige Einbindung der Pressestelle des Rhein-Sieg-Kreises ist zu berücksichtigen

Kosten

Bei den Kosten wäre zu unterscheiden, zwischen den Kosten, eine Sendung zu erstellen (Produktionskosten) und den Kosten, die Sendung auszustrahlen. Bei letzterem ist es eher das Recht, die Sendung auszustrahlen als die Kosten denn Bürgerfunk ist für Bürger kostenlos.

Produktionskosten können zwischen 0 und beliebig viel variieren je nachdem ob man selbst (z. B. am eigenen PC mit einer Billigsoftware) seine Sendung aufnimmt und zusammenschneidet oder ob man diese Arbeit in Auftrag gibt. Im Falle einer Eigenproduktion sollen wir uns von Experten beraten lassen, was für Werkzeuge beispielsweise Software angeschafft werden soll.

Für unsere Zwecke hatte ich ein erstes Gespräch mit dem Verein LokomNet, eine Bürgerfunk-Initiative, die verschiedene Vereine dabei unterstützt, eigene Beiträge für das Radio bzw. für den Bürgerfunk zu erstellen. LokomNet kann (und wird, falls wir auf sie zugehen) uns wie folgt unterstützen:

- mit einer ersten Schulung (Einstieg) kann den Beteiligten die Grundlagen des Radiomachens beigebracht. Dieser Einstieg ist eine Qualifizierungsmaßnahme, die mit einer ersten Zertifizierung für alle Teilnehmer sowie einer fertigen Sendung endet.
- In einer zweiten Phase können wir zwei weitere Schulungen zur Vertiefung unseres Radiowissens und der nötigen Fertigkeiten absolvieren. Diese Schulungen werden auch jeweils mit einer fertigen Sendung abgeschlossen.

Da LokomNet sich selbst um eine Beantragung von Mitteln für die Finanzierung der Schulungen kümmert bleiben die Schulungen sowie die dabei entstandenen Sendungen (Produktionskosten) absolut kostenfrei für die Beteiligten.

Für das Weitere (die weiteren Sendungen) müssen wir bis dahin genug Wissen gesammelt haben, um selbständig produzieren zu können. Die Frage der Kosten würde sich daraus ergeben, ob wir Leute beauftragen (beispielsweise für eine Studie oder das Interviewen von Menschen auf der Straße o. ä.).

Diese ersten 3 Sendungen können sich über 6 Monate erstrecken. Sie können angesehen werden als eine Pilotphase, an deren Abschluss das Projekt evaluiert und eine mögliche Fortsetzung oder Neuausrichtung diskutiert wird.

Beispielhafte Gestaltung einer Sendung

Eine Sendung könnte inhaltlich beispielsweise wie folgt gestaltet werden:

Nummer	Zeit / Min.	Was?
1	<1	Start-Jingle
2	4	Einführung, Vorstellung der heutigen Inhalte
3	3	Musik
4	5	Aktuelles aus der Integrationsarbeit im SU-Kreis
5	3	Musik
6	10	Beitrag zu einer gesellschaftlichen Gegebenheit, z. B. - Interview mit herausragender Persönlichkeit mit Mi-Hi.

		- Interview mit Lokal- bzw. Integrationspolitiker/in zu aktuellem/lokalem Thema - Interview mit Person aus Organisation der Integrationsarbeit zu einem Thema oder deren Arbeit - ...
7	3	Musik
8	5	Ankündigung Veranstaltungen der Integrationsarbeit Feedback erwünscht etc.
9	3	Ausklang, Fazit, Ausblick
10	<1	End-Jingle
Insgesamt 35 bis 45 Minuten		

Organisation und Organisationsteam

Das vorliegende Konzept (nach einem Entwurf von Césaire Beyel, in enger Zusammenarbeit mit Mitarbeitern der Stabstelle Integration sowie Mitgliedern der Integrationsräte des Rhein-Sieg-Kreises) wird weiter verfeinert und dient als Grundlage für das weitere Vorgehen.

Dem Organisationsteam/ Steuerungsgruppe gehören nur IR-Mitglieder und Radio-Fachmensen an. Für organisatorische Fragen sowie Unterstützung sind Mitarbeiter der Kreisverwaltung dabei. Interessierte Bürger/innen bzw. Vertreter/innen von Organisationen sind je nach Inhalt der Sendung „Partner“.

Mögliche Arbeitsteilung

Koordination: das Organisationsteam soll sich auf eine Vorgehensweise (z. B. regelmäßige Treffen, Telefonkonferenzen oder Besprechungen) einigen. Eine Person soll dann diese Arbeit koordinieren (Treffen einberufen, Leute ansprechen, nach dem Stand/Fortschritt fragen und darüber informieren, etc.). Beispielsweise die Kreisverwaltung wie bisher.

Moderation: (eine oder zwei Personen) Konstanz in der Person/Stimme ist wichtig um Kontinuität zu gewährleisten meinten die Fachleute von LokomNet.

Kontakte: Das Kern-Team braucht Kontakt zu verschiedenen Schlüsselstellen, -Personen, Institutionen, etc. die als Informationsquelle fungieren. Definition einer Strategie wäre am Anfang wichtig um die Arbeit im Nachhinein zu vereinfachen. Z. B. ausschöpfende Liste, sich anfangs bewusst und geschickt bei denjenigen vorstellen, persönlich Kontakte knüpfen und nutzen, wissen wie wer angesprochen wird, etc.

Werbung: Auch soll für die Sendung an verschiedenen Stellen geworben werden. Auch hier wäre es wichtig, sich vorher eine Strategie zu überlegen. Z. B. ausschöpfende Liste, sich anfangs bewusst und geschickt bei denjenigen vorstellen, persönlich Kontakte knüpfen und nutzen, wissen wie wer angesprochen wird, etc. Die Vorarbeit, die nötig ist, um die Migrantengruppen zu erreichen, sollte in ihrem zeitlichen Umfang berücksichtigt werden. Viele Migranten nutzen nicht die Printmedien. Sie müssen persönlich angesprochen werden. Hier sind die Mediatoren (Sprecher einer Gruppe) besonders wichtig. Vielleicht kann auch ein Flyer, der

diesen Leuten gegeben wird, vorher erstellt werden, um ihnen etwas an die Hand zu geben.

Recherchen: Bei nicht trivialen Angelegenheiten sollen Informationen fundiert recherchiert und aufbereitet werden. Auch hier wäre eine strategische Vorgehensweise vorteilhaft. Externe können hier sehr stark eingebunden werden z. B. durch das Instrument der Anfragen an kommunalen Verwaltungen oder bei Experten.

Mögliches Startdatum

Falls das Konzept angenommen wird und alle beteiligten sich einigen, ist ein Start z. B. mit einer Pilotsendung, an der sich verschiedene Akteure der SU-Integrationsräte beteiligen könnten, im Zeitraum Juni/Juli 2011 denkbar?

Partner, Unterstützung und Bewerbung der Sendereihe

Wer genau soll hier WIE und VON WEM angesprochen/eingebunden werden?
Unterstützer/Sponsoren

- Alle Stabstellen Integration rund um Bonn-Rhein-Sieg,
- alle Integrationsräte und entsprechende Gremien,
- Kommunen, Wirtschaft, Institutionen usw

Diese Fragen sind im Rahmen einer konkreten Arbeit zu behandeln.