

**klipp & klang**

**forschung**

## **Integration durch Freie Radios**

Die Bedeutung von mehr- und  
fremdsprachigen Sendungen für  
die Integration von Migrantinnen  
und Migranten.

Auszug aus den Ergebnissen der  
Studie «Migration, Medien und  
Integration. Der Integrationsbei-  
trag des öffentlich-rechtlichen,  
kommerziellen und komplemen-  
tären Rundfunks in der Schweiz.»

## Impressum:

Herausgeber:

Klipp & klang radiokurse, Schöneeggstrasse 5, 8004 Zürich  
044 242 00 31, [www.klippklang.ch](http://www.klippklang.ch), [info@klippklang.ch](mailto:info@klippklang.ch)  
UNIKOM, Union nicht-kommerzorientierter Lokalradios, Schweiz  
[www.unikomradios.ch](http://www.unikomradios.ch), [unikom@bluewin.ch](mailto:unikom@bluewin.ch)



Texte: Lucia Vasella und Jan Weyand

Redaktion: Lucia Vasella

Lektorat: Liselotte Tännler

Korrektorat: Silvia Carsana

Layout: Ursula Hess

Druck: ROPRESS Zürich

Auflage: 700, Mai 2009

## Quellen:

Weyand, Jan et al. (2008): Integrationspotentiale der Komplementärradios. In: Bonfadelli, Heinz et al., Migration, Medien und Integration. Der Integrationsbeitrag des öffentlich-rechtlichen, kommerziellen und komplementären Rundfunks in der Schweiz ([www.admin.bakom.ch](http://www.admin.bakom.ch); [www.klippklang.ch](http://www.klippklang.ch)).

Weyand, Jan (2008): Integration durch Medien? Forschungsbericht zuhanden der Eidgenössischen Kommission für Migration EKA ([www.klippklang.ch](http://www.klippklang.ch)).

Vasella, Lucia (2007): Das Lokalradio als Weltempfänger. Eine Untersuchung zur Integrationsleistung von Sendungen für sprachkulturelle Minderheiten, Lizentiatsarbeit ([www.klippklang.ch](http://www.klippklang.ch)).

Besten Dank an alle, die diese Studien ermöglicht haben:

Vom klipp & klang Forschungsteam an Ulrich Wenzel, Nicole Burgermeister und Projektleiter Reto Friedmann; vom Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich insbesondere an Prof. Dr. Heinz Bonfadelli; ans Bundesamt für Kommunikation BAKOM und die Eidgenössischen Kommission für Migration EKA für die finanzielle Unterstützung; an die beteiligten Radios und alle fremd- und mehrsprachigen Redaktionen und Sendungsmachende für ihren grossen Einsatz.

## Liebe Leserinnen, liebe Leser

Seit 1983 gibt es in der Schweiz sogenannte Komplementärradios (Freie Radios, Gemeinschaftsradios), die auf nicht-kommerzieller Basis Radioprogramme abseits des Mainstreams ausstrahlen. Für die meisten dieser Radios sind mehr- und fremdsprachige Sendungen ein wichtiger Programmbestandteil. Verantwortlich für diese Sendungen zeichnen Redaktionsteams oder Einzelpersonen aus den entsprechenden Communities. Im Rahmen eines Forschungsauftrages des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM) und der damaligen Eidgenössischen Ausländerkommission (EKA) waren diese Sendungen 2007/2008 erstmals Gegenstand einer umfassenden Forschung. Sie ist Teil des Forschungsprojektes «Migration, Medien und Integration. Der Integrationsbeitrag des öffentlich-rechtlichen, kommerziellen und komplementären Rundfunks in der Schweiz», durchgeführt in Zusammenarbeit von klipp & klang radiokurse, dem Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ) und dem Institut für Soziologie der Universität Erlangen-Nürnberg.

Die vorliegende Broschüre präsentiert die wichtigsten Ergebnisse der Teilstudie. Sie soll Aufschluss geben über die Motivation der mehreren Hundert ehrenamtlichen Programmschaffenden und über die Integrationsleistung dieser Sendungen sowohl für ihr Publikum als auch für die Programmschaffenden selber. Und mit der klaren Aussage «Ja, die fremd- und mehrsprachigen Radiosendungen der Freien Radios fördern die Integration auf mehreren Ebenen!» soll sie dazu beitragen, die Freien Radios in ihrer Integrationsarbeit zu bestärken und die Weiterentwicklung der interkulturellen Radioarbeit voranzutreiben.

Bei etlichen dieser Radios findet zurzeit der spannende Entwicklungsprozess vom multikulturellen zum interkulturellen Radio statt: Mit finanzieller Unterstützung von Behörden und Institutionen wird in Projekten der Austausch und Dialog zwischen den Programmschaffenden und das gemeinsame Senden gefördert. klipp & klang radiokurse begleitet diese Prozesse mit einem spezifischen Aus- und Weiterbildungsangebot zur interkulturellen Radioarbeit.

Lucia Vasella

## Informationen zur Datenerhebung

Untersuchte Sendeanstalten: Radio Kanal K (Aarau), Radio X (Basel), Radio RaBe (Bern), Radio Cité (Genf), Radio RaSa (Schaffhausen) und Radio LoRa (Zürich).

Erhebungsmethoden: standardisierte Befragung der Programmschaffenden, qualitative, themenzentrierte Interviews mit ausgewählten Programmschaffenden sowie Dokumentenanalysen. Ausgewertet wurden 186 Fragebogen und 11 Interviews.

Erhebungszeitraum Programmanalyse: 15. Januar - 11. Februar 2007.

Verzerrungen: Bei einer Programmanalyse über eine Befragung ist nicht kontrollierbar, ob die Antworten das tatsächliche Programm oder nur die sozial erwünschten Annahmen der Interviewten widerspiegeln. Eine andere Methode hätte jedoch die finanziellen Möglichkeiten überstiegen. Wir gehen davon aus, dass die Ergebnisse dem genannten Einfluss unterliegen, sind sie doch in vielen Punkten so eindeutig, dass wir begründet annehmen können, dass andere Untersuchungsmethoden zwar zu quantitativ genaueren, nicht aber zu qualitativ anderen Ergebnissen geführt hätten.

## Begriffliche Klärungen

Als **«fremdsprachig»** gelten Radiosendungen, die entweder nicht oder nicht ausschliesslich in einer der vier Schweizer Landessprachen ausgestrahlt werden.

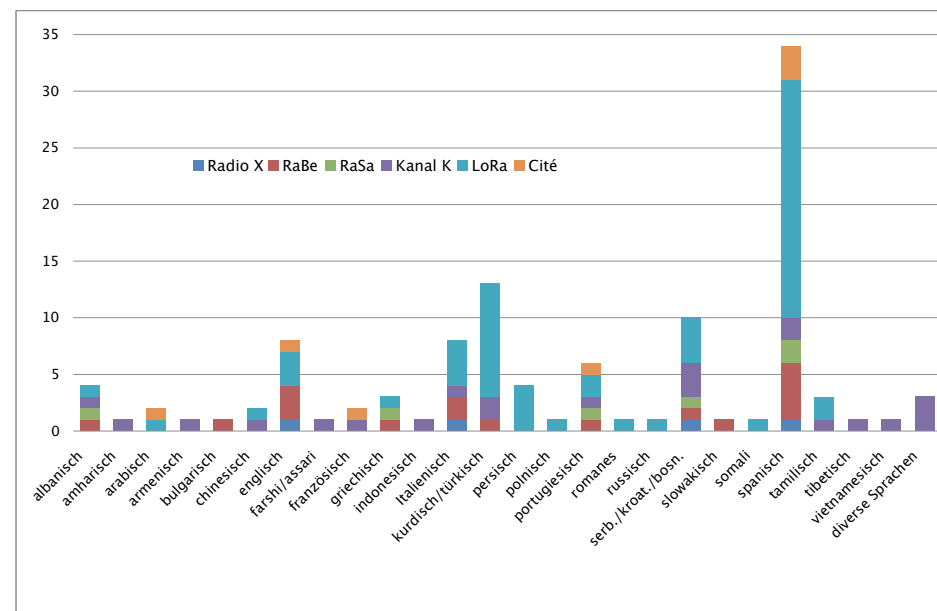
Als **MigrantInnen** werden Personen bezeichnet, die zwischen Staaten wandern und dabei den Wohnort wechseln. Einen **Migrationshintergrund** haben Personen, deren Eltern oder Grosseltern migriert sind.

**Integration** bezeichnet auf Seiten der MigrantInnen die Fähigkeit, sich in den unterschiedlichen gesellschaftlichen Handlungsbereichen des Aufnahmelandes bewegen zu können und auf Seiten des Aufnahmelandes, MigrantInnen die Möglichkeit zu eröffnen, sich in jenen Handlungsbereichen zu bewegen.

## Eine beeindruckende Fülle an Sendungen

Auf den sechs untersuchten Sendern wurden während vier Wochen in 115 Sendegefässen 355 mehr- oder fremdsprachige Sendungen ausgestrahlt, wobei die Anzahl Sendungen pro Radio stark variiert: Spitzenreiter Radio LoRa (Zürich) strahlte in der Zeitspanne der Erhebung 45 Sendungen pro Woche aus, Radio RaSa (Schaffhausen) oder Radio X (Basel) jeweils vier.

Anzahl Sendegefässe pro Sprache und Sender (n = 114) <sup>1</sup>



<sup>1</sup> n bezeichnet jeweils die Gesamtzahl der für diese Statistik ausgezählten Fälle

## Die Freien Radios in der Schweiz senden in über 25 Sprachen

Die in den Sendungen vertretenen Sprachgruppen entsprechen in keiner Weise der Verteilung der fremdsprachigen Bevölkerung in der Schweiz, Sendungsmachende aus Europa sind unter-, jene aus Lateinamerika übervertreten.

Knapp 40% aller untersuchten Sendungen waren mehrsprachig, bei zwei Dritteln davon war die Zweitsprache Deutsch oder Französisch. Mit anderen Worten: rund jede vierte Sendung wird in einer Fremdsprache und in einer Schweizer Landessprache ausgestrahlt. Da zum Zeitpunkt der Erhebung die Vergabe von Sendeplätzen nicht an die Bedingung der Mehrsprachigkeit der Sendungen geknüpft war, lässt sich daraus schliessen, dass die Mehrsprachigkeit so vieler Sendungen eine Folge der Motivation der Sendungsschaffenden ist.

## Das typische fremdsprachige Radioprogramm gibt es nicht

Die Sendungen sind hinsichtlich der Inhalte, der politischen Orientierungen und der geografischen Schwerpunktsetzungen ausgesprochen vielfältig. Die überwiegende Anzahl der Wortbeiträge der Sendungen behandeln politische (33%) und kulturelle Themen (inklusive Musikbeiträge: 39%, exklusive: 20%). Rechnet man zu den politischen Themen noch die selteneren Themen «Gender», «MigrantInnen in der Schweiz» und «Migration allgemein» hinzu, machen die politischen Beiträge 42% aller Beiträge aus.

Programminhalte (insgesamt: 590 Beiträge)

<i>Politisches Geschehen in der Schweiz und/oder im Ausland <sup>2</sup></i>	<i>8%</i>
<i>Politisches Geschehen Schweiz</i>	<i>6%</i>
<i>Politisches Geschehen Ausland</i>	<i>19%</i>
<i>Berichterstattung über Musik</i>	<i>19%</i>
<i>Berichterstattung über Kultur (diverse)</i>	<i>20%</i>
<i>Ratgeber/Veranstaltungshinweise</i>	<i>10%</i>
<i>Weitere Themen (Gender 3,6%, Religion 4,4%, Sport 2,2%, MigrantInnen in der Schweiz 4,2%, Migration allgemein 1,4%, andere 3,1%)</i>	<i>18%</i>

Knapp die Hälfte der explizit politischen Beiträge weist einen Bezug zur Schweiz auf (14% von 33%). Von grosser Wichtigkeit sind ausserdem die 10% Ratgeberbeiträge und Veranstaltungshinweise, die eine Orientierung in einer zunächst fremden Lebenswelt ermöglichen. Dass jeder vierte Beitrag auf politische Themen im Ausland bezogen ist, bestätigt die – naheliegende – Annahme, dass das Herkunftsland in seiner politischen Entwicklung nach erfolgter Migration in der Regel relevant bleibt.

***Durch die fremdsprachigen Radiosendungen werden in aller Regel keine Parallelwelten aufgebaut, dazu sind sie in ihrer Ausrichtung zu differenziert, und der Anteil an Beiträgen, der sich explizit mit der Lebenssituation in der Schweiz auseinandersetzt, ist zu hoch.***

<sup>2</sup> Beiträge, die sich entweder sowohl auf das politische Geschehen in der Schweiz wie auf das im Ausland richteten oder bei denen nicht erkennbar war, ob sie sich auf das eine oder das andere richteten.

Wenn wir die Programminhalte nach Radios differenzieren, ergeben sich deutliche Unterschiede: So verfügen LoRa und Kanal K über die am stärksten politisch orientierten Sendungen, RaBe und Radio X sind die beiden Radios mit dem höchsten Anteil an Musiksendungen, RaSa sendet überdurchschnittlich viele kulturelle Beiträge und bei Cité fällt der hohe Anteil an religiösen Beiträgen auf. Radio X und Kanal K haben den höchsten Anteil an Sendungen mit Bezug zur Schweiz.

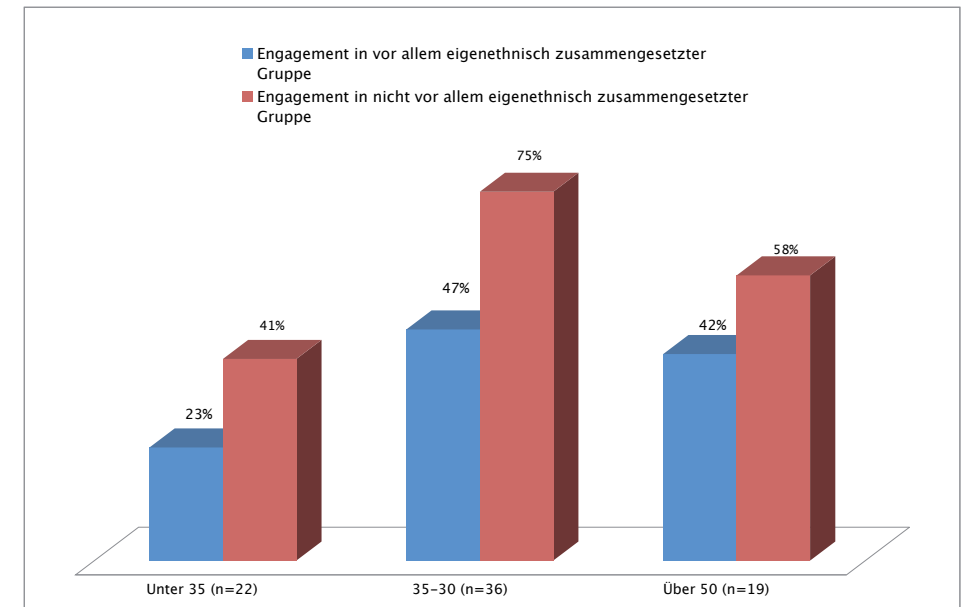
### Die Sendungsschaffenden sind überwiegend männlich, hoch qualifiziert und engagiert

Fremdsprachiges Radio ist eine Männerdomäne (76%). Der Professionalisierungsgrad ist hoch; dies zeigt die grosse Bereitschaft der Sendungsschaffenden zur Weiterbildung sowie der hohe Anteil an Personen, die früher schon in der Medienbranche tätig waren (45%).

Die Sendungsschaffenden sind überwiegend Teil einer «migrantischen Elite» mit überdurchschnittlich hohen Bildungs- und Berufsabschlüssen (der Anteil der Wissenschaftler und Techniker liegt bei 48%). Migration ist aber auch in dieser Gruppe mit beruflichem Abstieg verbunden: Die Sendungsschaffenden arbeiten in der Schweiz oft in Positionen, für die sie überqualifiziert sind.

45 von 78 Sendungsschaffenden geben an, ihre Sendungen in einer Gruppe zu produzieren. 60% der meist einstündigen Sendungen werden innerhalb von vier Stunden produziert. Die Spannbreiten sind allerdings erheblich: Livesendungen mit hohem Musikanteil sind oft mit deutlich weniger als einer Stunde Vorbereitungszeit verbunden, vorproduzierte Sendungen mit hohem Wortanteil können auch deutlich über fünf Stunden Vorbereitungszeit erfordern. Bei den Sendungsschaffenden handelt es sich offenbar um eine gesellschaftspolitisch und kulturell hoch engagierte Gruppe: Zwei Drittel der Befragten sind über ihre ehrenamtliche Tätigkeit im Radio hinaus in einer politischen oder kulturellen Gruppe aktiv. Während die Redaktionsteams typischerweise aus Angehörigen der eigenen Sprachgruppe zusammengesetzt sind, überwiegt bei den Gruppen ausserhalb des Radios eine nicht eigenethnische Zusammensetzung (60%):

### Alter und ethnische Orientierung des Engagements ausserhalb des Radios



### Die Sendungsschaffenden sind gut integriert

Zwei Drittel der Sendungsschaffenden leben seit mindestens zehn Jahren in der Schweiz, drei Viertel von ihnen verfügen über einen recht sicheren Aufenthaltsstatus (mindestens Niederlassungsbewilligung) und sprechen mindestens zwei Sprachen. Ihre sozialen Netze reichen bei über 70% über die eigene Migrantengruppe hinaus.

**Der typische Sendungsmacher vertritt nicht die politische Position einer Partei seines Heimatlandes, sondern ist der in der Schweiz integrierte und etablierte Migrant, der seine Lebensperspektive in der Schweiz hat.**

## Drei unterschiedliche Motive um Radio zu machen

*Mit Blick auf die mit der Radiotätigkeit verbundenen Motive lassen sich drei Typen unterscheiden (n=66):*

### Typ 1: zentrales Motiv: Information über das Heimatland (29%)

Im Vordergrund stehen zum Beispiel Nachrichten aus dem Herkunftsland oder auch Informationen über die Kultur des eigenen Landes:

«Wenn Abstimmungen sind für die Italiener, die sie von der Schweiz aus machen können, geben wir kurz zwei drei Infos, weil das so kompliziert beschreiben ist in diesen Wahlzetteln.»

*Italiener, in der Schweiz geboren*

### Typ 2: zentrales Motiv: Information über die migrantische Situation (26%)

Die Sendungsschaffenden wollen über das Leben in der Schweiz informieren, entweder über die Rechte und Pflichten, über Schweizer Politik oder auch über aktuelle Kinofilme oder Konzerte:

«Zum Beispiel gibt es einen türkischen Film in diesem Kino, es gibt ein Konzert dort; solche Informationen, to encourage people to go there (...) weil hier die Leute sehr isoliert sein können.»

*Türke, seit 3 Jahren in der Schweiz*

«Wir versuchen (...) die Möglichkeiten dieser Gesellschaft zu verstehen. (...) politische Organisationen oder soziale Tätigkeiten, Gruppierungen. Wir versuchen dazu beizutragen, dass unsere Leute diese Möglichkeiten kennen lernen.»

*Kurde, seit 20 Jahren in der Schweiz*

### Typ 3: zentrales Motiv: selbstbezügliche Interessen (45%)

Bei den selbstbezüglichen Interessen geht es zum Beispiel um berufliches Fortkommen, soziale Vernetzung oder um Spass.

«Für mich ist es wichtig, dass ich etwas machen kann. Ich hab das in Bolivien auch gemacht.»

*Bolivianer, seit 3 Jahren in der Schweiz*

«Das macht mir auch Spass. Ich mach das gern.»

*Kosovarin, seit 20 Jahren in der Schweiz*

«Mein Leben wäre ganz anders, am Rande der Strasse ohne dieses Radio. (...) Ich wäre niemand. Ich spiele eine Rolle für mich und für die anderen, durch dieses Radio.»

*Italiener, seit fast 40 Jahren in der Schweiz*

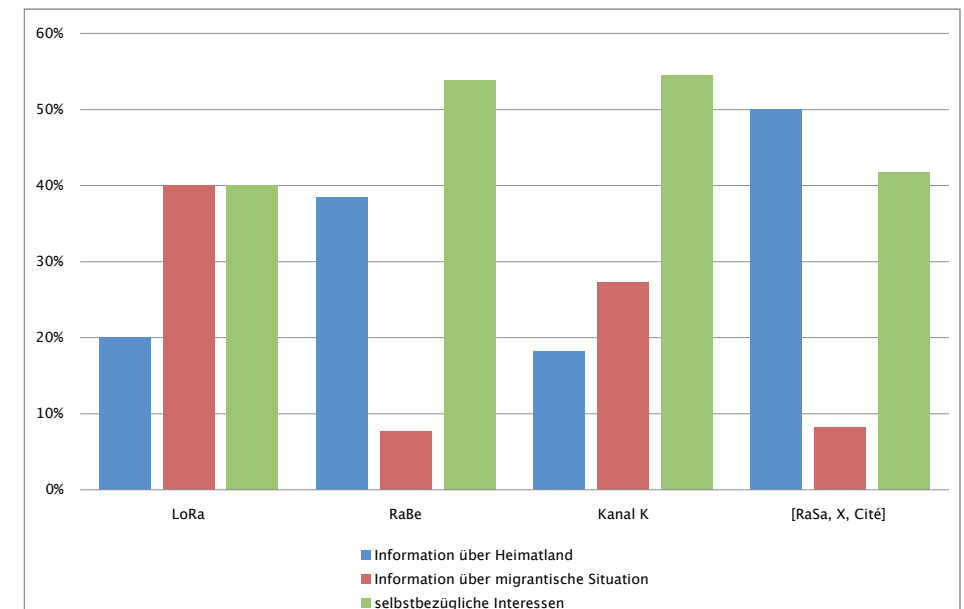
«Gleichzeitig nutzen wir die Information vom Radio, von den anderen und informieren den Verein, zum Beispiel die türkischen Leute machen das so und so.»

*Tamile, seit 23 Jahren in der Schweiz*

«Es ist ein Ort, wo du dich als Ausländer relativ, nein nicht relativ, ziemlich gut fühlst. (...) Ich will nicht darauf verzichten, obwohl ich eigentlich wenig Zeit habe.»

*Argentinier, seit 3 Jahren in der Schweiz*

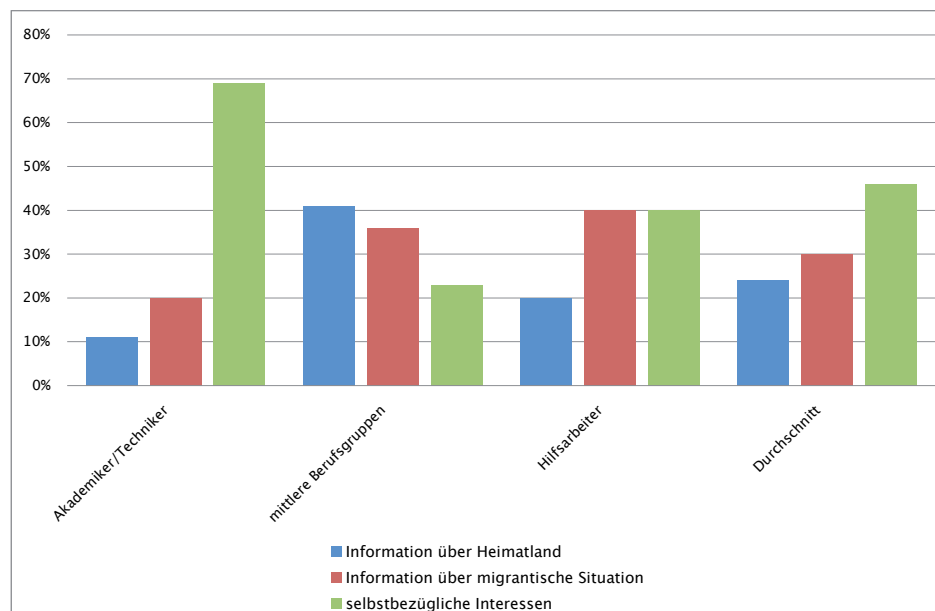
*Verteilung der Motiv-Typen auf die Radiostationen*



Während bei den Männern das Motiv «Information über das Heimatland» deutlich stärker ausgeprägt ist als das Motiv «Information über die migrantische Situation», verhält sich dies bei den Frauen genau umgekehrt. Dies könnte mit unterschiedlichen Migrationsmotiven (bei den Männern insbesondere Arbeitsmigration und politische Verfolgung, bei den Frauen insbesondere Partnerschaft/Ehe) zu tun haben.

Die gegenwärtige sozioökonomische Lage der MigrantInnen hat einen erheblichen Einfluss auf die Motivation zur Radikalität, wie folgende Grafiken zeigen:

*Motivation und ausgeübter Beruf (nach ISCO-88, zusammengefasst)  
(n=46)<sup>3</sup>*

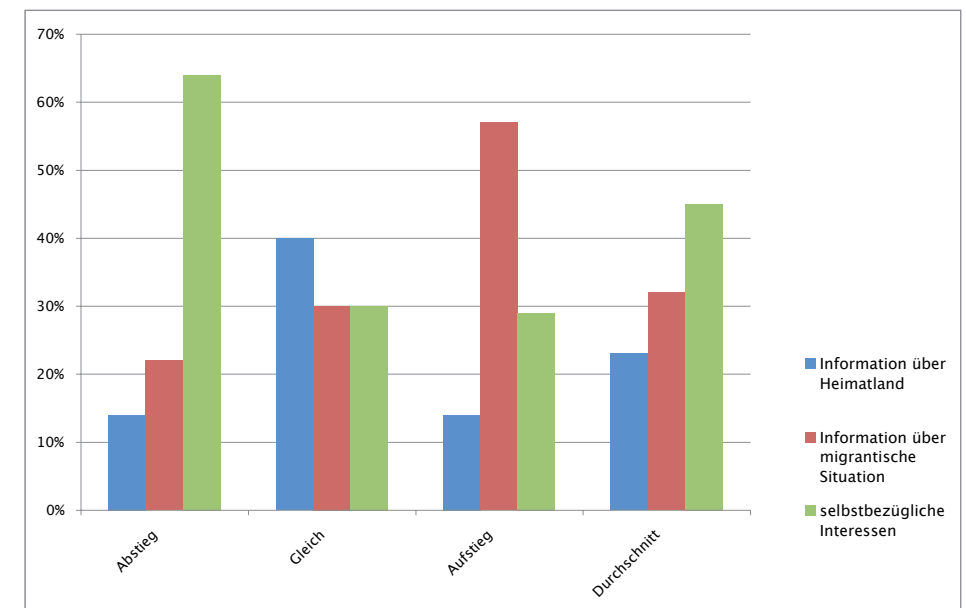


<sup>3</sup> Zu den mittleren Berufsgruppen gehören Berufe in folgenden Bereichen: Büro, Dienstleistungen, Landwirtschaft, Handwerk, Maschinenbau etc. Haushaltführende, Studierende etc. wurden nicht mitgezählt.

Zwischen dem Motiv und dem aktuell ausgeübten Beruf gibt es einen signifikanten Zusammenhang. Bei den Akademikern/Technikern überwiegen die selbstbezüglichen Interessen deutlich. Während auch bei den Hilfsarbeitsberufen die selbstbezüglichen Interessen stärker ausgeprägt sind als die Information über das Heimatland, verhält es sich bei den mittleren Berufsgruppen gerade umgekehrt. Wir können daraus schliessen, dass die migrantische Mittelschicht die jeweilige migrantische Community in der Schweiz trägt.

Beziehen wir die Motiv-Typen auf die intergenerationale Statuspassage (berufliche Position im Vergleich zum Vater), können wir das Bild differenzieren.

*Motivation und intergenerationale Statuspassage (n=31)*



Bei Sendungsschaffenden, die durch die Migration im Vergleich zur beruflichen Position ihres Vaters einen beruflichen Abstieg hinnehmen mussten, überwiegen die selbstbezüglichen Interessen, während bei den beruflichen «Aufsteigern» das Bedürfnis überwiegt, über die migrantische Situation zu informieren.

Wenn man davon ausgeht, dass die migrantische Community bei der Integration eine Schlüsselfunktion einnimmt und wenn diese Community vor allem durch jene Sendungsschaffende getragen und gestützt wird, die in der Schweiz einen sozialen Aufstieg erlebt haben, lässt sich daraus zweierlei folgern:

1. Die schon geäußerte Vermutung bestätigt sich, dass das fremdsprachige Radioprogramm zu grossen Teilen integrationsrelevant und seine Macher integrationsinteressiert sind.
2. Die Orientierung der Stützen der Community lässt sich durch Integrationspolitik beeinflussen.

Weitgehend unabhängig hingegen ist die Motivstruktur von der Herkunftsregion. Die Motiv-Typen verteilen sich über alle Regionen in etwa gleich.

## **Themenwahl und Sendungsausrichtung sind abhängig von der aktuellen Lebenssituation der Sendungsschaffenden**

Der Zusammenhang von lebensweltlicher Integration der Sendungsschaffenden und Ausrichtung der Sendung wird in allen Interviews deutlich. So berichtet die überwiegende Mehrzahl der Sendungsschaffenden von Veränderungen der Radioprogramme im Laufe der Zeit. Beispielsweise berichtet ein Tamile über die Entwicklung der Themenwahl:

«Wir machen also unsere Sendung etwas anders als am Anfang. (...) Wir informieren nicht nur über Sri Lanka, sondern unser Ziel ist es (...) auch an die Zukunft in der Schweiz zu denken. (...) Wir probieren einfach, unsere Leute dabei zu unterstützen, hier zu leben.»

Tatsächlich hat sich die Perspektive vieler Mitglieder dieser Gruppe verändert: War man früher von einem zeitlich absehbaren Exil ausgegangen, ist heute die Realität eines dauerhaften Lebens in der Schweiz eher akzeptiert. Das bedeutet natürlich, auf die gleichen Fragen Antworten zu suchen (oder suchen zu müssen) wie die Einheimischen auch, Fragen etwa nach dem Aufbau einer sinnvollen Altersversorgung etc. Gerade für die erste Generation, in der viele die Landessprache nur begrenzt beherrschen, bleibt die Information zu solchen Themen in der Muttersprache zentral. Dazu eine Kosovarin:

«Ich lebe selber lange in der Schweiz und mich interessieren die Informationen schon: einfach zu wissen, was in der Schweiz läuft. Es gibt alte Leute, die (...) nicht (Deutsch) verstehen.»

Für diese Generation von Sendungsmachenden bleibt auch das Geschehen im Herkunftsland, das ist ja in der Regel das Land, in dem er/sie seine/ihre Kindheit verbracht hat, von speziellem Interesse, daneben werden aber zunehmend in der Schweiz relevante Themen erörtert. So entwickelt sich das Themenspektrum von Beiträgen, die stärker auf das Herkunftsland bezogen waren, zu einem Mix von herkunfts- und inlandsbezogenen Themen. Diese Form von Veränderung in der Themenwahl ist charakteristisch für Sendungsschaffende, die schon seit längerer Zeit Radio machen und in der Schweiz leben.



Diese Verschiebung von Relevanzen wird auch in einem Interview eines Südeuropäers deutlich, der seit fünfzehn Jahren in der Schweiz lebt:

Früher habe er politische Ereignisse in seinem Herkunftsland oft kritisch kommentiert. «Irgendwann hab ich da auch nicht mehr den Sinn dahinter gesehen. Ich wohne nicht mehr dort.»

Sendungen von NeuzuzügerInnen oder MigrantInnen, die noch nicht lange in der Schweiz leben, dienen oft dazu, in einer noch fremden Welt Vertrautheit zu schaffen. Sie schlagen eine «Brücke in mein Land», wie es einer der Interviewten ausdrückt, der noch keine fünf Jahre in der Schweiz lebt. Aber es sind eben «Brücken», die aus der Schweiz geschlagen werden. Hier liegt ein entscheidender – und für die Integration besonders wichtiger – Unterschied zwischen dem fremdsprachigen Radioprogramm in der Schweiz und dem Medienangebot aus dem Herkunftsland:

***Das fremdsprachige Radioprogramm in der Schweiz wird für MigrantInnen produziert, das Medienangebot des Herkunftslandes richtet sich an Menschen, die dort leben.***

Dies wird auch durch folgendes Zitat deutlich: «Die meisten Leute haben eine Satellitenantenne und verfolgen damit die Programme in Kroatien. Ich will aber, dass man auch sieht, was die kroatische Gemeinschaft hier macht.»

Bei Sendungsschaffenden mit Migrationshintergrund sind Motivzusammenhänge und Ausrichtung der Sendungen nochmals anders. Sie sind in der Schweiz aufgewachsen und verbinden ihre Kindheitserinnerungen mit dem Alltagsleben in der Schweiz. Im Vordergrund steht bei ihnen eine Vergewisserung über die «eigenen Wurzeln». So sagte ein italienischer Secondo:

«Wir identifizieren uns manchmal fast mehr mit Italien als die Eltern selber, die sich hier angepasst haben.» Solche Programme haben entsprechend häufig einen Schwerpunkt auf Musik und Kultur.

***Das fremdsprachige Radioprogramm ist in diesem Sinne ein Spiegel der vielfältigen und sich in unterschiedlichen Stadien befindenden Integrationsprozesse von MigrantInnen in der Schweiz. In eben dieser «naturwüchsigen» Vielfältigkeit liegt sein zentraler Beitrag zur Integration.***

## **50% hören ein muttersprachliches Radioprogramm aus der Schweiz**

In einer Online-Befragung zum Mediennutzungsverhalten von MigrantInnen der Universität Zürich gaben 50% der Befragten an, ein muttersprachliches Radioprogramm aus der Schweiz zu hören (n=202). Davon tun dies 32% regelmässig, 26% gelegentlich und 42% selten. Zu beachten gilt es allerdings, dass die Befragten überdurchschnittlich gebildet sind (47% (!) der Befragten verfügen über einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss) und dass Radioprogramme deutlich weniger genutzt werden als Fernsehprogramme. Trotzdem zeigen diese Zahlen, dass das fremdsprachige Radio für MigrantInnen auf jeden Fall eine Rolle spielt.

## **Fazit**

Die Leistung der mehr- und fremdsprachigen Sendungen der Freien Radios in der Schweiz kann insgesamt als hoch integrativ bezeichnet werden. Sie informieren MigrantInnen über die alltägliche Lebenswelt und die gesellschaftlichen Funktionssysteme in der Schweiz, so dass sich diese besser und selbstständiger in der Schweiz bewegen können.

Die Sendungen stärken ihre Communities und erleichtern damit wiederum ihren Mitgliedern den Zugang zu der mehr oder minder fremden Lebenswelt in der Schweiz. Als Teil der migrantischen Communities sind die Sendungen Vermittlerinnen zwischen MigrantInnen und Einheimischen; sie sind eine Schnittstelle zwischen dem Alltagsleben, das sich in einer der Schweizer Landessprachen vollzieht, und dem Alltagsleben, das sich in der Herkunftssprache vollzieht. Natürlich sind diese Sendungen nicht die einzigen Vermittlerinnen in diesem Sinne. Weil aber das Radio ein Massenmedium ist, dessen Reichweite nicht durch soziale Hürden beschränkt ist, nimmt es eine besondere Stellung ein.

## Gemeinschaftsradios mit fremd- und mehrsprachigen Programmangeboten (Stand Mai 2009)



### Radio Kanal K, Aarau

Tel. 062 834 90 70  
Rohrerstrasse 20, 5000 Aarau  
[www.kanalk.ch](http://www.kanalk.ch)



### Radio X, Basel

Tel. 061 261 21 22  
Spitalstrasse 2, Postfach 143, 4004 Basel  
[www.radiox.ch](http://www.radiox.ch)



### Radio RaBe, Bern

Tel. 031 330 99 90  
Randweg 21, 3013 Bern  
[www.rabe.ch](http://www.rabe.ch)

### Radio Cité, Genf

Tel. 022 309 09 50  
36, av. du Cardinal-Mermillod, 1227 Carouge  
[www.radiocite.ch](http://www.radiocite.ch)



### Radio RaSA, Schaffhausen

Tel. 052 624 67 76  
Mühlenstrasse 40, 8200 Schaffhausen  
[www.rasa.ch](http://www.rasa.ch)



### Radio Stadtfiler, Winterthur

Tel. 052 203 31 72  
Turnerstrasse 1, 8400 Winterthur  
[www.stadtfiler.ch](http://www.stadtfiler.ch)



### Radio LoRa, Zürich

Tel. 044 567 24 11  
Militärstrasse 85a, 8004 Zürich  
[www.lora.ch](http://www.lora.ch)

**klipp & klang**

**radiokurse**

**((((( UNIKOM )))))**

UNION NICHT-KOMMERZORIENTIERTER LOKALRADIOS