



MULTIMONDO

Praxis–Leitfaden 2

„Wie erreiche ich Migranten und Migrantinnen?“

Tipps für Fachpersonen und Interessierte, die mit ihren Informationen die Zielgruppe der MigrantInnen erreichen wollen.

Der vorliegende Leitfaden umfasst praxiserprobte Tipps, die an der gleichnamigen Fachtagung Integration für Biel und Region von MULTIMONDO vom 23.2.2016 vermittelt wurden.

1. Allgemeine Informationen

- MigrantInnen sind eine heterogene Zielgruppe und entsprechend divers sind ihre Bedürfnisse. Es können folglich keine Verallgemeinerungen gemacht werden. Einflüsse wie der soziale Status, das Bildungsniveau, das Alter, die Kenntnisse der lokalen Sprachen oder traumatisierende oder destabilisierende Erfahrungen im Migrationsprozess bzw. eine mangelhafte Integration üben einen weitaus grösseren Einfluss aus als das Herkunftsland oder die sog. „Kultur“. D.h. wenn man „die“ Zielgruppe der MigrantInnen erfolgreich erreichen möchte, muss man sich im Vorfeld gut überlegen, welche konkrete/n Gruppe/n man genau erreichen möchte.
- Gut gebildete MigrantInnen erreicht man i.d.R. mit Deutsch, Französisch oder Englisch sowie mit üblichen Kommunikationsmassnahmen. Wenig gebildete MigrantInnen oder Personen, die weder Englisch noch eine der hier gesprochenen Sprachen beherrschen, sind wenig erreichbar mit schriftlichen Informationen in ihrer Muttersprache (dies gilt nicht nur für Analphabeten). Sie suchen sich eine Schlüsselperson, welche ihnen Informationen mündlich in ihrer Muttersprache weitergeben. D.h. Mündliches sowie persönliche Kontakte haben einen sehr grossen Stellenwert.
- Wenn hier von „MigrantInnen“ die Rede ist, dann sind eher Personen gemeint, die mit üblichen Kommunikationsmassnahmen schwer zu erreichen sind (z.B. aufgrund der sozialen Schicht, Bildung, Verständigungsbarrieren etc.)
- MigrantInnen definieren sich selbst nicht als solche. Der Begriff ist für viele eher negativ behaftet. D.h. von einem Angebot, das sich explizit an MigrantInnen richtet, fühlt sich kaum jemand angesprochen.

- MigrantInnen leben wie wir in einer globalen Welt. Die meisten MigrantInnen stehen via Smartphone mit der Welt in Kontakt und haben Internetzugang.
- Viele MigrantInnen haben in ihrem Heimatland negative Erfahrungen gemacht mit Behörden (Repression, Willkür, Bestechung, Gewalt etc.) und sind daher misstrauisch gegenüber Informationen, die offiziell erscheinen bzw. von öffentlichen Stellen kommen (insbesondere auch Schriftlichem). Hier besteht u.a. Erklärungsbedarf, dass die Behörden bei uns anders funktionieren und auch schriftlichen Informationen getraut werden darf, die von Behörden herausgegeben werden.

2. Tipps für die Praxis

Vorbereitungen

- Ev eine Fachberatung von einer spezialisierten Stelle in Anspruch nehmen, bevor die Kommunikationsmassnahmen in Angriff genommen werden.

Zielgruppen-Analyse:

- Bevor man Inhalte erarbeitet und sich um die Kommunikation kümmert, sollte man sich überlegen, welche Zielgruppe der MigrantInnen man genau erreichen möchte.

Selbstreflexion betreffend der eigenen Haltung, Inhalte & (neuen) Kommunikationsformen:

- Wie denke ich über diese Zielgruppe? Bin ich bereit, MigrantInnen auf gleicher Augenhöhe zu begegnen, nicht alle in den gleichen Topf zu werfen und sie als gleichwertige Personen zu behandeln?
- Entsprechen die Inhalte, die ich vermitteln möchte, den wahren Bedürfnissen der Zielgruppe (kenne ich diese überhaupt?) oder entsprechen sie eher dem, von dem ich denke, dass es gut sei für sie? Dies kann man mittels der Durchführung von Fokusgruppen oder via Schlüsselpersonen in Erfahrung bringen.
- Bin ich bereit aus gewohnten Kontexten auszubrechen? Bin ich (oder jemand in meinem Team) bereit, auch mal abends oder am Wochenende Zeit zu investieren, um Beziehungsarbeit zu pflegen, Kontakte zu knüpfen und Informationen mündlich weiterzugeben?
- Besteht in meiner Organisation die Möglichkeit, neue Wege in der Informationsarbeit zu beschreiten? (Social Media, Whatsapp ,SMS)?

Beziehungsarbeit zahlt sich aus:

- Basis für eine erfolgreiche Information und Erreichbarkeit von MigrantInnen ist eine gute Beziehungsarbeit, das Suchen von Kooperationen und das Pflegen zwischenmenschlicher Kontakte: also am besten mündlich (per Telefon, persönliche Treffen etc.).

- Wenn man weiss, zu welcher/n Community/-ies man Zugang haben möchte, ist es ratsam, bezahlte Schlüsselpersonen beizuziehen, die als Türöffner fungieren und Ihnen helfen können auf ihre Art die gewünschte Zielgruppe zu erreichen (im Vorfeld, an den Events selbst und für die Nachbereitung).
- Aufsuchende Arbeit ist notwendig (Bringschuld statt Holschuld)
- Visitenkarten bereithalten (es ist sinnvoller, solche zu drucken als mehrsprachige Flyer...)

Betriebliche Massnahmen:

- Im Team/Vorgesetzte anregen, Personal mit Migrationshintergrund anzustellen (auch aus der zweiten Generation). Diese decken verschiedene Sprachen ab und kennen sich in der Kommunikation mit den gewünschten Zielgruppen gut aus.

3. Darauf ist bei der Kommunikation mit MigrantInnen zu achten

- Lächeln und sympathisch auftreten (ist die verbale Kommunikation eingeschränkt, wird die nonverbale umso wichtiger)
- Wenn möglich, mündlich kommunizieren
- persönliche Kontakte pflegen
- Bildmaterial, Filme, möglichst wenig Text verwenden (wenn, dann in einer einfachen, klaren Sprache)
- Es ist wenig zielführend, Texte in viele verschiedene Sprachen übersetzen zu lassen. In der Regel reichen Flyer auf Deutsch, Französisch und Englisch. Denn die Erklärungsarbeit geschieht anschliessend mündlich.
- Wenn mehrsprachige Informationen vermittelt werden, dann mündlich . Z. B. via Schlüsselpersonen oder Videobotschaften.
- Darauf achten: Als was und wie fühlt sich meine Zielgruppe angesprochen (z. B. als Mütter, als Jugendliche, als Sprechender einer bestimmter Sprache etc.)? Als was fühlt sie sich nicht angesprochen? (z.B. MigrantIn).
- Verbreitung von Informationen via Social Media, SMS, Whatsapp etc.

4. Kontakt & Informationen

MULTIMONDO, administration@multimondo.ch, 032 322 50 20.

5. Fachberatungen

Auf Anfrage können die Inhalte dieses Praxisleitfadens auch massgeschneidert im Rahmen einer Fachberatung oder internen Weiterbildung vermittelt werden. Wir erstellen Ihnen gern eine unverbindliche Offerte. Auch vermittelt MULTIMONDO auf Wunsch Schlüsselpersonen der gewünschten Zielgruppe. Weitere Infos (Tarife, Themen der Fachberatungen etc.) können auf www.multimondo.ch (Angebote/Beratung/Fachberatung) eingesehen werden.