

Interne Kommunikation der Bürgerradios – Deutschland (Thüringen) und Spanien (Provinz Málaga)

Hier: Welche Kommunikationsmittel werden im Bürgerradio für die interne Kommunikation eingesetzt?

	Radio SRB (schriftliches Interview mit Jörg Sorge, stellvertretendem Leiter des Bürgerradios SRB, vom 04.12.2013)	Onda Color (schriftliches, sowie face-to-face Interview mit Alejandro Blanco Vallejo, Leiter des Bürgerradios Onda Color in Málaga, Spanien) schriftliches Vorab-Interview: 19.12.2013 face-to-face Interview: 20.12.2013
1. Welche internen Kommunikationsmittel (facebook, E-Mail, twitter, Newsletter, schwarzes Brett etc.) werden verwendet?	Meetings, Telefon, Google+, E-Mail, facebook, Twitter	Meetings, Geheime Facebook-Gruppe „Onda Color Membresía“, E-Mail, Poster, schwarzes Brett, SMS des Vorstandes an die Mitglieder, Whatsapp-Gruppen, E-Mail-Verteiler, Telefon
2. Wer verwendet diese (Redaktion, Moderatoren, Programmacher, alle)?	Je nach Anforderung im Prinzip alle.	je nachdem: alle oder der Vorstand (ausführlicher: s. 1. Interview)
3. Wie oft wird über diese Kommunikationswege kommuniziert (täglich, wöchentlich)?	Täglich	je nachdem: mehrmals pro Woche bis jedes halbes Jahr (ausführlicher: s. 1. Interview)
4. Gibt es ein Intranet oder eine interne Plattform nur für die MitarbeiterInnen? Und wenn ja, über welchen Anbieter läuft diese?	Es gibt ein selbst entwickeltes Intranet auf OpenSource-Basis. Teil dessen ist ein Wiki. Dafür wird die Software „Mediawiki“ verwendet.	Kein Intranet im klassischen Sinn. Nur: Google Docs oder Titanpad
5. Gibt es (tägliche/wöchentliche/monatliche) Meetings?	Meetings gibt es täglich, Mo - Fr	Treffen des Vorstandes: einmal im Monat alle Programme: halbjährlich, bald monatlich Sendungsmacher unter sich oder auch mit dem Vorstand: wöchentlich
6. Gibt es regelmäßige Informationen, wie einen wöchentlichen Newsletter?	Informationen werden je nach Erfordernissen verteilt.	Nein.
7. Welches Kommunikationsmittel (facebook, E-Mail, twitter, etc.) wird am häufigsten verwendet und weswegen ausgerechnet dieses?	Die Häufigkeit der Nutzung der jeweiligen Kommunikationsmittel hängt von den Beteiligten ab. a) Zwischen Mitarbeitern im Sender: Meetings, Google+, Telefon, Twitter → direkte Kommunikation ist meist am Effizientesten b) Radiomacher außer Haus: facebook, Telefon, E-Mail, Google+ → einfache und effiziente Möglichkeit	Facebook- und Whatsapp-Gruppe

Angelika Stern

Studentin der Angewandte Medienwissenschaft an der TU Ilmenau; Kurs: Digitale Kommunikation

<p>8. Nennen Sie mir bitte Merkmale, weswegen genau dieses Kommunikationswerkzeug zum Einsatz kommt. Was kann es, was andere nicht / schlechter können? Welche Vor- und Nachteile bringt es für die interne Kommunikation im Bürgerradio mit sich?</p>	<p>Google+ bietet viele Funktionen: Chat, Mail, Videokonferenz, gemeinsame Dokumente etc. Damit hat es bei geringerer Netzlast und weniger Werbung wesentlich mehr Möglichkeiten als facebook. Leider nutzen aber mehr Menschen facebook.</p>	<p>Vorteile facebook:</p> <ul style="list-style-type: none"> - schnelles Feedback - Verbreitung von Bildern <p>Vorteile Whatsapp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - flexiblere Kommunikation zwischen Personen bei nicht umfangreichen Koordinationsfragen - hohe Verfügbarkeit ohne PC - verringert Kommunikationsprobleme mit Nicht-Muttersprachlern - effiziente und vollständige Kommunikation durch die Verbreitung von Bildern <p>Nachteile facebook:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wenige Möglichkeiten für Moderation und Priorisierung der Nachrichten - Wenn viele Nachrichten gepostet werden, nimmt die Effizienz der Nachrichten ab. - Die geteilten Nachrichten können nicht sehr umfangreich sein. <p>Nachteile Whatsapp:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ineffizienz
<p>9. Welches Kommunikationsmittel (facebook, E-Mail, twitter, etc.) ist für die interne Kommunikation am Effektivsten?</p>	<p>Am effizientesten ist sicher die direkte Kommunikation. Für die digitale Kommunikation bevorzugen wir intern zurzeit Google+.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - allg.: Facebook-Gruppe - s. 8.
<p>10. Welches Kommunikationsmittel (facebook, E-Mail, twitter, etc.) informiert am besten die Mitarbeiter?</p>	<p>siehe 9.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - [Frage wurde mit Frage 9 zusammen beantwortet]
<p>12. Wie schafft man die Kundenbindung, da ein Bürgerradio ja freiwillig und unverbindlich ist? Werden hierfür eigene bestimmte Kommunikationsmittel /-wege genutzt? Und findet hierüber auch extrinsische Motivation (d.h. von außen verursachte / durch äußere Anreize verursachte Motivation) statt?</p>	<p>Für die Bindung der Hörer an das Bürgerradio hat facebook zurzeit eine besondere Bedeutung. Die direkten Interaktionsmöglichkeiten verbinden die Radiomacher und die Radiohörer.</p>	
<p>13. Gibt es für die Bindung der Mitarbeiter eine eigene Kommunikationsstrategie (z.B. in Form einer Mitarbeiterzeitschrift o.ä.)?</p>	<p>Für die Radiomacher werden eigene Weiterbildungen durchgeführt. Darüber hinaus gemeinsame Meetings. Die Facebook-Seite des Senders ist eine zentrale Stelle für die Radiomacher.</p>	<p>keine explizierten Maßnahmen, nur: Homepage, Facebook-Seite, twitter</p>

Angelika Stern

Studentin der Angewandte Medienwissenschaft an der TU Ilmenau; Kurs: Digitale Kommunikation