



Universität Zürich

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Internet, Mediennutzung und Informations- bedürfnisse von Migrantinnen und Migranten

Forschungsbericht zuhanden von

Migros-Genossenschafts-Bund

Direktion Kultur und Soziales - Frau Luzia Kurmann

Josefstr. 214, Postfach 1766, 8031 Zürich

von

Prof. Dr. Heinz Bonfadelli

lic.phil. Sara Signer

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung

Universität Zürich, Andreasstr. 15, 8050 Zürich

Zürich, im Januar 2008

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung	5
1.1 Anstoss und Hintergrund des Projekts	6
1.2 Aufbau des Berichts.....	7
2. Theoretische Perspektiven.....	8
2.1 Funktionen und Leistungen der Medien bezüglich Integration.....	8
2.2 Journalismus: Migration als Medienthema	10
2.3 Uses & Gratifications und Effekte in Bezug auf Integration.....	12
2.4 Zugang und Nutzung von Computer/Internet durch Migranten.....	14
2.5 Kommunikation und aktive Informationssuche von Migranten.....	16
3. Das Forschungsdesign	19
3.1 Methode der schriftlichen Befragung.....	19
3.1.1 Vorteile	20
3.1.2 Nachteile.....	20
3.2 Methode der Gruppendiskussion.....	21
3.2.1 Vorteile	21
3.2.2 Nachteile.....	21
4. Ergebnisse der schriftlichen Befragung von MigrantInnen in der Deutschschweiz	22
4.1 Das Sample.....	22
4.2 Befragte aus der deutschen Schweiz: Soziodemographie	23
4.3 Migranten und Medien	28
4.3.1 Medienausstattung.....	28
4.3.2 Mediennutzung	29
4.3.3 Wichtigkeit verschiedener Medien nach Nationalitäten.....	34
4.3.4 Das Auffinden von Homepages für MigrantInnen.....	35
4.4 Informationsbedürfnisse und Informationssuche	36
4.4.1 Das Zurechtfinden mit unterschiedlichen Themen.....	36
4.4.2 Auf welchem Weg informieren sich MigrantInnen.....	37
4.4.3 Für andere Personen im Internet etwas nachschauen.....	38
4.4.4 Von anderen Personen gebeten werden, im Internet etwas nachzuschauen.....	39
4.4.5 Zu diesen Alltagsfragen wünschen sich MigrantInnen mehr Informationen	40
4.5 Integration in der Schweiz – Brücken zum Heimatland.....	41
4.5.1 Wie fühlen sich die MigrantInnen in der Schweiz integriert?.....	41
4.5.2 Deutschkenntnisse der MigrantInnen in der deutschen Schweiz	42
4.5.3 Wie werden MigrantInnen in den Schweizer Medien dargestellt?.....	45
4.5.4 Helfen Medien bei der Integration?.....	46
4.5.5 Wie gefällt es den MigrantInnen in der Schweiz?.....	47
4.5.6 Welche Medien sind wichtig zur Verbindung mit dem Heimatland?	48
4.6 Zusammenfassung der schriftlichen Befragung in der Deutschschweiz.....	49

5. Gruppendiskussionen mit MigrantInnen in der Deutschschweiz	51
5.1 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Gruppendiskussion.....	51
5.2 Immigrationsgründe von Migrantinnen und Migranten.....	51
5.3 Was bedeutet Integration?.....	53
5.4 Welche Informationsbedürfnisse gibt es?.....	56
5.4 Informationen und Kontakte zum Heimatland.....	57
5.5 Integrationsfunktion der Massenmedien.....	58
6. Ergebnisse der schriftlichen Befragung von MigrantInnen in der Westschweiz.....	61
6.1 Das Sample	62
6.2 Befragte aus der französischen Schweiz: Soziodemographie.....	62
6.3 Migranten und Medien.....	66
6.3.1 Medianausstattung	66
6.3.2 Mediennutzung.....	68
6.3.3 Wichtigkeit verschiedener Medien nach Nationalitäten	72
6.3.4 Das Auffinden von Homepages für MigrantInnen.....	74
6.4 Informationsbedürfnisse und Informationssuche.....	75
6.4.1 Das Zurechtfinden mit unterschiedlichen Themen	75
6.4.2 Auf welchem Weg informieren sich MigrantInnen?	77
6.4.3 Für andere Personen im Internet etwas nachschauen.....	78
6.4.4 Von anderen Personen gebeten werden, im Internet etwas nachzuschauen	79
6.4.5 Zu diesen Alltagsfragen wünschen sich MigrantInnen mehr Informationen.....	79
6.5 Integration in der Schweiz – Brücken zum Heimatland	81
6.5.1 Wie fühlen sich die MigrantInnen in der Schweiz integriert?	81
6.5.2 Französischkenntnisse der MigrantInnen.....	82
6.5.3 Wie werden MigrantInnen in den Schweizer Medien dargestellt?	83
6.5.4 Helfen Medien bei der Integration?	84
6.5.5 Wie gefällt es den MigrantInnen in der Schweiz?	84
6.5.6 Welche Medien sind wichtig zur Verbindung mit dem Heimatland?.....	85
6.6 Zusammenfassung der schriftlichen Befragung in der französische Schweiz.....	87
7. Zusammenfassung und Fazit	89
8. Literatur.....	93

- Anhang I: Fragebogen Deutschschweiz
Anhang II: Fragebogen Westschweiz
Anhang III: Leitfaden Gruppendiskussion

1. Einleitung

Die Schweiz wird seit längerem durch einen tiefgreifenden gesellschaftlichen und medialen Wandel geprägt. Auf gesellschaftlicher Ebene nimmt die Schweiz im europäischen Kontext eine herausragende Stellung ein, insofern **vier Sprachkulturen** in diesem kleinen Land nebeneinander koexistieren, und jede Sprachregion zudem über ein vielfältiges Mediensystem in der Landessprache der jeweiligen Region verfügt. Dementsprechend standen bis in die späten 1990er Jahre praktisch ausschliesslich die „alte“ **Multikulturalität der Sprachregionen** und die damit zusammenhängenden medienbezogenen Integrationsfragen unter dem Schlagwort des „Röstigrabens“ bzw. dem Stichwort der „Klammerfunktion“ im Zentrum sowohl der öffentlichen Diskussion wie auch der kommunikationswissenschaftlichen Forschung (z.B. Corboud Fumagalli 1996; Dürmüller 1996; Gattlen/Steinmann/Zaugg 2000).

Diese **sprachkulturelle Binnenkonstellation** ist freilich im Gefolge des wirtschaftlichen Wachstums und der Prosperität der Schweiz seit dem 2. Weltkrieg durch eine in verschiedenen Wellen erfolgte **Immigration von Arbeitssuchenden** aus den südlichen Ländern Europas wie Italien und später Spanien und Portugal, aber auch aus dem früheren Jugoslawien und der Türkei einerseits und andererseits durch verschiedene **Wellen von Flüchtlingen und Asylsuchenden** beispielsweise aus Ungarn (1957-59), dem Tibet (1961-70), der Tschechoslowakei (1968/69), aus Chile (1973-86) oder aus dem Kosovo bzw. dem Balkan (1999) überlagert worden (Luginbühl 2007). Im Gefolge dieser Bevölkerungsentwicklungen hat sich der **Ausländeranteil auf über 20%** erhöht, was beispielsweise laut Daten des Bundesamts für Statistik BfS auch dazu geführt hat, dass im Jahr 2000 bei 9% der Wohnbevölkerung keine der vier Landessprachen mehr die gesprochene Hauptsprache war.

Dieser Strukturwandel der Bevölkerung äusserte sich auf der **politischen Ebene** bislang vor allem in **defensiven Reaktionen** wie den verschiedenen Überfremdungsinitiativen (1963-1988), der Revision des Asylgesetzes (1985-87), dem Antirassismugesetz 1994, Zwangsmassnahmen im Ausländerrecht (1994) und den vom Volk mit gut zwei Dritteln der Stimmen angenommenen neuen bzw. geänderten und verschärften Bundesgesetzen über Ausländerinnen und Ausländern sowie Asylsuchenden vom 24. September 2006 illustrieren.

Aber erst jüngste **Schlüsselereignisse in anderen Ländern Europas** mit hoher Medienaufmerksamkeit wie die Ermordung von Theo van Gogh 2004 in Holland, die islamistischen Bombenattentate im Juli 2005 in London, die Jugendunruhen in den Pariser Vorstädten im November 2005, die Schülergewalt an Berliner Hauptschulen im Frühling 2006 oder der weltweit ausgetragene Bilderstreit um Mohammed-Karikaturen in einer dänischen Zeitung im Februar 2006 haben im Kontext der öffentlichen Debatten um die verschärfte Gesetzgebung über Ausländer und Asylsuchende seit dem Sommer 2006 auch in der Schweiz zu einer **aktiveren Auseinandersetzung über Fragen der Integration ethnischer und sprachkultureller Minderheiten** geführt. Dies äusserte sich nicht zuletzt in rechtspopulistischen Vor-

stössen der SVP gegen geplante Moscheen und Minarette, aber auch in Form von verschärften Integrationsgeboten wie die Forderung nach obligatorischen Deutschkursen. Im Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit standen dabei vor allem der Islam bzw. die Muslime. So titelte beispielsweise am 16. November 2006 das ehemalige Nachrichtenmagazin Facts auf dem Cover: „Muslime. Zehn Gebote der Integration“.

Weil die Schweizerische Bevölkerung nur in den wenigsten Fällen über direkte Kontakte mit der ausländischen Wohnbevölkerung generell und speziell zu ethnischen Minderheiten verfügt, spielt die **Berichterstattung der schweizerischen Medien über die in der Schweiz lebenden ethnischen Minderheiten** eine besonders wichtige Rolle. Zudem stellt sich im Zusammenhang mit den gesellschaftlichen Ansprüchen an den öffentlichen Rundfunk ganz spezifisch die Frage nach dem **Leistungsbeitrag der SRG zur gesellschaftlichen Integration** nicht nur der verschiedenen Sprachregionen, sondern gerade auch zur Integration der Ausländer in der Schweiz. Von Bedeutung ist aber auch der **Integrationsbeitrag von fremdsprachigen Radiosendungen**, die sich gezielt an die sprachkulturellen Minderheiten selbst richten. Hier stellt in medialer Hinsicht vor allem das Jahr 1983 eine Zäsur dar, insofern im elektronischen Bereich erstmals private kommerzielle, aber auch nichtkommerzielle Lokalradios zugelassen wurden. Neben der öffentlich-rechtlichen SRG bemühen sich vor allem **nichtkommerzielle sog. alternative Radios** mit fremd- und mehrsprachigen Sendungen um die Integration von sprachkulturellen Minderheiten.

Neben den Integrationsleistungen der klassischen Medien stellt sich allerdings ergänzend die **Frage nach dem Informations- und Orientierungsbeitrag der Behörden für neu ankommende Ausländer, speziell auf dem World Wide Web**, sowie komplementär dazu: **Welche Informationsbedürfnisse haben Migranten selber?** Und welche Rolle spielt dabei das Internet?

Allerdings hat die durch Medien vermittelte öffentliche Kommunikation und noch weniger das Internet in der **Migrationssoziologie** bislang nur eine sehr untergeordnete Rolle gespielt. Aber auch in der **Publizistik- und Kommunikationswissenschaft** ist die Forschungslage bis jetzt vergleichsweise dürftig geblieben. Immerhin haben sich im Gefolge des 9/11 seit 2001 die Forschungsaktivitäten deutlich intensiviert. Davon zeugen nicht zuletzt mehrere aktuelle **Sammelbände aus der Medienperspektive zum Thema „Medien und Migration“**: Butterwegge/Hentges/Sarigöz 1999; Schatz/Holtz-Bacha/Nieland 2000; Geißler/Pöttker 2005; Geißler/Pöttker 2006; Butterwegge/Hentges 2006; Bonfadelli/Moser 2007.

1.1 Anstoss und Hintergrund des Projekts

Das Projekt conTAKT-net.ch «Internet und Informationsbedürfnisse von MigrantInnen» von Migros-Kulturprozent (Leitung: Luzia Kurmann) soll Migrantinnen und Migranten in der Schweiz helfen, sich in ihrer neuen Heimat besser zurechtzufinden. Zu diesem Zweck werden

lebenspraktische Informationen in Zusammenarbeit mit migrantischen und einheimischen Teams zusammengetragen und erarbeitet, welche auf den Websites von Schweizer Gemeinden und Städten abrufbar sein werden. Diese per Internet angebotenen Inhalte sollen sich konsequent an den Informationsbedürfnissen der MigrantInnen orientieren. Da bis jetzt in der Schweiz keine aktuellen Daten zur Internetnutzung von MigrantInnen existieren, führt das IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich unter Leitung von Prof. Heinz Bonfadelli eine Begleitstudie zum Projekt conTAKT-net.ch durch.

Die hier vorgelegte Begleitstudie hat zum Ziel, **Grundlagendaten zur Nutzung der Medien und speziell des Internet durch MigrantInnen** zu erheben. Zudem sollen die **Informationsbedürfnisse der MigrantInnen** genauer abgeklärt werden, aber auch die **genutzten Informationsquellen**. Besonderes Augenmerk kommt auch den Schwierigkeiten bei der Informationsbeschaffung zu. Leitend sind folgende **Fragestellungen**:

- **Medienausstattung:** Haben Migrantinnen und Migranten überhaupt Zugang zu Computer und Internet oder besteht eine sogenannte Digitale Kluft?
- **Mediennutzung:** Wie werden das Internet sowie anderer Medien genutzt?
- **Internetkompetenz:** Verfügen Migrantinnen und Migranten über die notwendigen Fertigkeiten im Umgang mit Computer und Internet? Wer ist kompetent? Wer hilft?
- **Informationsbedürfnisse:** Welche Informationsprobleme haben Migrantinnen und Migranten?
- **Informationsquellen:** Wo suchen bzw. finden Migrantinnen und Migranten relevante Informationen? Und welche Schwierigkeiten treten bei der Informationssuche auf?
- **Integration:** Wie gut fühlen sich Migrantinnen und Migranten integriert?

1.2 Aufbau des Berichts

Verschiedene Ansätze beleuchten das Thema „Medien und Migration“ aus verschiedenen **theoretischen Perspektiven** (Kap. 2).

Das **Forschungsdesign** und die detaillierte Darstellung der gewählten und verwendeten Methoden geben Aufschluss über Vor- und Nachteile der schriftlichen Befragung wie auch der Gruppendiskussion (Kap. 3).

Die Ergebnisse der **schriftlichen Befragung von Migrantinnen und Migranten** in der deutschen Schweiz zum Thema Mediennutzung, Informationsbedürfnisse und Integration werden in Kapitel 4 dargestellt, gefolgt von einer Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse.

Die **Auswertung der Gruppendiskussionen** aus der deutschen Schweiz folgt im nächsten Kapitel und bilanziert die Erkenntnisse über den Hintergrund, die Integration in der Schweiz

und die Wichtigkeit von Informationen für Migrantinnen und Migranten. Diskutiert wird auch, ob Massenmedien bei der Integration behilflich sind, und wie die Darstellung von Migranten in den Schweizer Medien wahrgenommen wird (Kap.5). Die Ergebnisse der schriftlichen Befragung der Migrantinnen und Migranten aus der **französischen Schweiz** sind in Kap. 6 dargestellt. Ein **Fazit** der gewonnenen Erkenntnisse, verknüpft mit bereits durchgeführten Studien und unter Rückbezug auf den theoretischem Hintergrund, rundet den Forschungsbericht ab (Kap. 8).

2. Theoretische Perspektiven

Nachfolgend soll die **Entwicklung und der Stand der Forschung** im Bereich „Migration, Medien, Kommunikation und Integration“ – soweit notwendig – skizziert und die damit zusammenhängenden **Basiskonzepte** und **theoretischen Perspektiven** erläutert werden. – Grob können dabei **drei Analyseebenen** mit darauf bezogenen **theoretischen Konzepten** und empirischer Forschung unterschieden werden:

Abbildung 1: Drei Analyseebenen und darauf bezogene theoretische Konzepte

Makro-Ebene:	Medien-Funktionen Öffentlichkeitskonzepte	Information, Meinungsbildung, Sozialisation, Integration, Unterhaltung Offener Zugang, Diskursivität, Orientierung
Meso-Ebene:	Leistungen von - Medien & Journalismus - Behörden	Konstruktion von Medienrealität aufgrund von Thematisierung, Framing, Bewertung Info-Angebote für Migranten
Mikro-Ebene:	Nutzung durch & Effekte auf Rezipienten	Bedürfnis- / problembezogene Mediennutzung und Medienwirkungen bezüglich Integration

2.1 Funktionen und Leistungen der Medien bezüglich Integration

In der amerikanischen Kommunikationswissenschaft wurden den Massenmedien in den 1970er Jahren von Charles Wright in einer funktionalistischen Perspektive vier **Basisleistungen** zugeschrieben, die diese für die Gesellschaft erfüllen: 1) Information, 2) Korrelation (Meinungsbildung), 3) Transmission (Wertevermittlung) und 4) Gratifikation. In der Folge haben deutschsprachige Kommunikationswissenschaftler wie Franz Ronneberger (1964), Ulrich Saxer (1974) oder Otfried Jarren (2000) diese funktionalistische Sichtweise übernommen, adaptiert und später systemtheoretisch weiter differenziert (vgl. Burkart 2002: 383ff.): Medien erbringen über Umweltbeobachtung und durch Reduktion von Umweltkomplexität vielfältige Funktionen im Sinne von Leistungen für die Gesellschaft wie 1) In-

formation, 2) Meinungsbildung und -abstimmung, 3) Sozialisation und Wertevermittlung sowie 4) Unterhaltung. Insbesondere Franz Ronneberger (1964) hat schon früh den Medien auch eine **Integrationsfunktion** für die Gesellschaft zugeschrieben.

Normativität

Diese **positiven Leistungen** wurden dem Mediensystem allerdings vorab **normativ** im Sinne von **Erwartungen der Gesellschaft an die Medien** zugeschrieben, ohne genauer zu spezifizieren oder gar empirisch zu überprüfen, über welche konkreten Medienangebote einerseits und damit zusammenhängenden Medienwirkungen andererseits diese Leistungen auch tatsächlich erbracht werden.

Funktionalität vs. Dysfunktionalität

Saxer (1991), aber auch McQuail (2000) haben zudem darauf hingewiesen, dass Massenmedien nicht nur positive Leistungen erbringen, sondern auch **dysfunktionale Wirkungen** haben können bzw. für die Gesellschaft nicht nur Probleme lösen, sondern auch Probleme schaffen. Medien reduzieren die gesellschaftliche Komplexität nicht immer in Sinne einer „1:1“-Abbildung, sondern machen die Welt dem Publikum immer aus einer ganz bestimmten Perspektive im Sinne eines **Spiegels** zugänglich, der aber auch **verzerrt** sein kann. Und in Bezug auf Minoritäten und deren Anliegen stellt Denis McQuail fest, dass **Medien als wenig durchlässige Barriere funktionieren** können. Immer wieder wird auch darauf verwiesen, dass **Stereotype in den Medien** und **fremdenfeindliche Tendenzen** in der Berichterstattung die Desintegration der Gesellschaft verstärken und die Integration von Migranten behindern.

Öffentlichkeitskonzepte

Während die funktionale Analyse der Medien relativ allgemein auf die Inventarisierung von Funktionen im Sinne gesellschaftlicher Leistungen zielt, sind speziell bezogen auf den politischen Bereich und das Funktionieren der Demokratie verschiedene **Konzepte von Öffentlichkeit** und darauf bezogene normative Ansprüche entwickelt worden (Gerhards 1994). Öffentlichkeit wird verstanden als Netzwerk für die Kommunikation von Themen und Meinungen bzw. als Vielzahl von prinzipiell offenen Foren, in denen sich verschiedenste Akteure der Zivilgesellschaft zu politischen Fragen äussern, wobei in der heutigen Mediengesellschaft vor allem die Massenmedien die wichtigste Arena der Öffentlichkeit konstituieren. In normativer Hinsicht werden von der Öffentlichkeit verlangt:

- **Transparenzfunktion:** Die Öffentlichkeit soll **offen** sein für die freie Meinungsäusserung aller gesellschaftlichen Gruppen von kollektiver Bedeutung.
- **Repräsentanzpostulat:** Es braucht Chancengleichheit, d.h. es sollten die Interessen aller Bürger, auch die von Minoritäten, miteinbezogen werden.
- **Validierungsfunktion:** Es soll eine **abwägende (diskursive) Diskussion** der Themen, Meinungen und Argumente (in den Medien) stattfinden.

- **Orientierungsfunktion:** Öffentliche Kommunikation erzeugt über und im Kontext von Anschlusskommunikation „öffentliche Meinungen“, welche die Bürger der Zivilgesellschaft als überzeugend wahrnehmen und akzeptieren können.

Relevanz für Migration und Integration

Bezogen auf das Gesamtmediensystem wird das **Vorhandensein von speziellen Ethnomedien** mit Angeboten von Migranten und für Migranten in Bezug auf Migration und Integration im Allgemeinen positiv bewertet, und es wird den **Ethnomedien tendenziell eine Integrationsfunktion zugesprochen** (z.B. Becker 2007). Gleichzeitig wird als Defizit konstatiert, dass die öffentlich-rechtlichen Anbieter kaum spezielle Programme für Migranten anbieten würden und auch in den übrigen Programmen Themen und Akteure aus dem Feld der Migration nur ungenügend repräsentiert seien.

Hingegen wird die **Empfangbarkeit von ausländischen Medienangeboten** aus den Heimatländern der Migranten zur Integration von Migranten und Minoritäten **kontrovers diskutiert**. Im Kontext der sog. **Medienghetto-These** (z.B. Güntürk 1999) wird argumentiert, dass Migranten dadurch ihrer Heimatkultur verhaftet bleiben können und dies ihre Integration in die Kultur des Aufnahmelandes behindere.

Bislang sind **migrationsrelevante (Internet-)Angebote** von Behörden oder anderen Institutionen, sofern vorhanden, wie deren **Qualität und Relevanz für den Prozess der Integration** von der Forschung noch nicht thematisiert worden.

2.2 Journalismus: Migration als Medienthema

Auf der Meso-Ebene befasst sich die **Journalismusforschung** mit dem Journalismus als einem spezialisierten Teilsystem der Gesellschaft. Journalismus wird dabei begriffen als organisatorische und institutionalisierte Herstellung und Bereitstellung von aktuellen Themen für die öffentliche Kommunikation und ermöglicht dadurch die **Selbstbeobachtung der Gesellschaft**. Für die konkrete empirische Forschung steht dabei die Frage im Zentrum, nach welchen Regeln bzw. Codes das System Journalismus die Komplexität der Umwelt reduziert und eine eigene symbolische Wirklichkeit konstruiert.

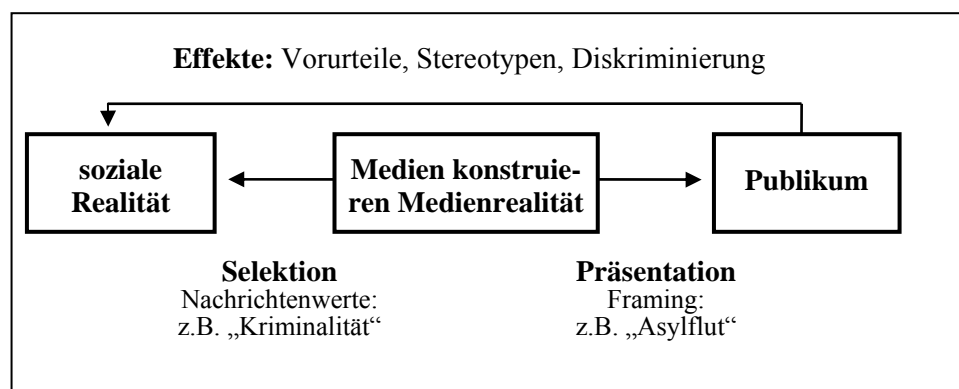
Dabei werden meist **drei Prozesse** bzw. Ebenen mit je spezifischen Fragestellungen analytisch voneinander unterschieden:

1) Selektion als Thematisierung: Gatekeeperforschung. Medien selektionieren aus dem Gesamt der möglichen Ereignisse tagtäglich nur eine sehr begrenzte Anzahl von Themen. Dies geschieht über Codes bzw. Regeln, die auch als **Nachrichtenwerte** bezeichnet werden, wie Zeit (Dauer, Thematisierung), Nähe (geografisch, politisch, kulturell), Relevanz, Status, Prominenz, Dynamik (Überraschung) und Valenz (Konflikt, Kriminalität, Schaden, Erfolg).

2) Interpretation als Framing. Die Berichterstattung über die ausgewählten Ereignisse erfolgt immer aus einer ganz bestimmten Perspektive, indem bestimmte Aspekte in den Vordergrund gerückt und betont werden, Unwichtiges vernachlässigt und weggelassen wird. Dadurch wird ein Interpretationsrahmen geschaffen, der dem Rezipienten hilft, die Information sinnvoll einzuordnen, indem auf mögliche Ursachen und Folgen verwiesen wird, Problemlösungen angedeutet werden und eine Bewertung geliefert wird (vgl. Entman 1993; Bonfadelli 2002: 143ff.).

3) Bewertung. Schliesslich wird in Medienberichten implizit oder sogar explizit eine Bewertung des Ereignisses vorgenommen. Dadurch kann ein sog. (politischer) **Bias** entstehen, d.h. die Berichterstattung bekommt eine bestimmte Tendenz dafür oder dagegen. Kepplinger (1989) betont mit seinem Konzept der „**aktuellen Instrumentalisierung**“, dass Journalisten meist indirekt bewerten, und zwar durch selektive Auswahl von Experten und Quellen.

Abbildung 2: Realitätskonstruktion durch Massenmedien



Quelle: Bonfadelli 2007:95

Aus solchen Befunden zur Realitätskonstruktion der Medien und der darauf basierenden Kritik an der aktuellen Berichterstattung über Migranten und Minoritäten lassen sich Hinweise in Bezug auf eine **ideale, d.h. integrationsförderliche Berichterstattung** ableiten: 1) Rein quantitativ wird eine **stärkere Präsenz der Migranten** im Sinne der Thematisierungsfunktion gefordert. 2) Verlangt wird zudem **Vielfalt bezüglich Themen und Akteuren**; dies vor dem Hintergrund der Tatsache, dass Migration vorab als soziales Problem und Migranten meist im Kontext von Kriminalität und Normverletzung thematisiert werden. 3) Zum Ausgleich wird **mehr Normalität bezüglich der Themen** vorgeschlagen, wie z.B. eine stärkere Darstellung des konkreten Alltags und **positive Integrationsbeispiele**. 4) Schliesslich wird als erwünscht betrachtet, dass **Migrantinnen und Migranten als Akteure und Sprecher selber mehr zu Wort kommen**, aber auch 5) **mehr Information, Orientierung und Service** für die kulturellen Minoritäten selbst als Beitrag zu ihrer sozial-kulturellen Integration. – Zu-

sammenfassend betrachtet braucht es rezipientenorientiert mehr Themen und Akteure in den Medien, die für Menschen mit Migrationshintergrund relevant und interessant sein können, und so Informations-, Orientierungs- und Vorbildfunktionen auszuüben vermögen. Aber auch für die Mehrheitsbevölkerung sollte die bestehende **Normalität der Schweiz als multikultureller Gesellschaft** dargestellt werden und Verständnis für die Vielfalt an sozialen Verhaltensweisen und kulturellen Gebräuchen geschaffen werden.

2.3 Uses & Gratifications und Effekte in Bezug auf Integration

Auf der **Mikroebene** befassen sich vor allem **sozialpsychologische Ansätze** (vgl. Berry 1997 + 2001) mit der Frage, wie sich Migrantinnen und Migranten in die verschiedenen politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und alltagsweltlichen Kontexte im neuen Aufnahmeland integrieren. Welche Rolle dabei die Massenmedien und die Nutzung anderer Informationsquellen wie das Internet spielen, ist vergleichsweise noch wenig beachtet worden (vgl. Subervi-Velez 1986; Jeffres 2000).

Forschungsleitend ist das **Konzept der „Akkulturation“**; darunter werden vielfältigste kognitive, affektive und soziale Prozesse des Lernens, der Adaption an und der Auseinandersetzung mit den neuen Lebenswelten der Aufnahmekultur verstanden, insofern Migranten die kulturellen Erfahrungen ihrer Herkunftskultur mit den Ansprüchen und Herausforderungen ihrer neuen Aufnahmekultur zu verknüpfen lernen. Während man in der älteren Forschung von einer allmählichen **Assimilation an die neue Kultur**, bei gleichzeitiger Aufgabe der Werte, Normen und Verhaltensweisen der Herkunftskultur, ausging, postulieren die neueren Modelle (z.B. Berry 1997+2001; Adoni/Caspi/Cohen 2006) vier idealtypische Konstellation der Akkulturation.

Abbildung 3: Idealtypische Konstellationen der Akkulturation

Idealtypische Muster der Akkulturation		Aufrechterhaltung von Beziehungen zur Herkunftskultur	
		Wichtig	Unwichtig
Intensität von Beziehungen zur Aufnahmekultur	Hoch	Integration / Dualisten Interesse an Herkunftskultur bei gleichzeitiger Partizipation an neuer Kultur	Assimilierung / Angepasste Kulturelles Erbe wird aufgegeben zu Gunsten von Normen, Werten, Verhalten der neuen Kultur
	Gering	Separation / Separatisten Verhaftetbleiben in der Herkunftskultur ohne Kontakte zur neuen Kultur	Marginalisierung / Isolierte Wenig Möglichkeiten und Interesse an Herkunftskultur und geringe Kontakte zur neuen Kultur

Forschungsstand der medienbezogenen Akkulturationsforschung

Die ältere Akkulturationsforschung hat auf der Basis von Survey-Studien untersucht, wie sich Migranten in ihr neues kulturelles Umfeld assimilieren. Von Interesse war dabei einerseits die Identifikation von **Faktoren, welche den Assimilationsprozess begünstigen**, andererseits wurde aber auch untersucht, unter welchen Bedingungen sich Pluralismus und sogar Separation einstellen. Die vorliegenden Studien zeigen für verschiedenste Migrationsgruppen mit einem Schwerpunkt auf den USA (vgl. Subervi-Velez 1986; Jeffres 2000), dass der Zugang und die verstärkte Nutzung der Medien des Aufnahmelandes, bei gleichzeitigem Rückgang der Nutzung von Medien aus dem Herkunftsland mit dem Ausmass an Assimilation korrelieren. Relevante **mediatisierende Variablen**, welche den Prozess der Assimilation begünstigen, sind a) höhere Bildung und höherer sozialer Status; b) Länge der Aufenthaltsdauer, c) Kenntnisse der neuen Sprache (Englisch in den USA) und d) Interaktionsintensität zu sozialen Gruppen der Aufnahmekultur. Erst neuere Studien wie jene von Jeffres (2000) betonen auch den **positiven Wert des Aufrechterhaltens einer ethnischen Identifikation mit der Herkunftskultur**, insofern nicht die Assimilation, sondern vor allem die **Integration als Ziel einer gelungenen Akkulturation** betrachtet wird. Auf der gesellschaftlichen Ebene wird dabei mit dem **Konzept des kulturellen Pluralismus** argumentiert, und auf der individuellen Ebene erlangt das **Konzept der hybriden Identität** Relevanz, das davon ausgeht, dass eine gelungene Integration bedeutet, dass Migranten soziale und kommunikative Kompetenzen im Sinne einer **Brückenfunktion** als Vermittlung zwischen der Kultur des Herkunftslandes und jener des Aufnahmelandes erwerben. Im Rahmen einer **bikulturalistischen Perspektive** wird davon ausgegangen, dass Migranten je nach sozialer und ethnokultureller Situation flexibel je andere Seiten ihrer ethnokulturellen Identität aktivieren und ausleben. – Nach den Befunden von Jeffres (2000: 496) spielen die **Ethnomedien eine wichtige Funktion im Prozess der ethnokulturellen Integration**, „... suggesting that ethnic media can help sustain ethnic identification in a multicultural context.“ Gerade qualitative Studien von Jugendlichen mit Migrationshintergrund weisen auf die bedeutende Rolle der Medien im Prozess der **Identitätsaneignung und Identitätsartikulation** hin. So kritisieren junge Migranten beispielsweise das weitgehende **Fehlen von positiven Identitätsangeboten der Medien** des Aufnahmelandes, während solche positiven Rollenvorbilder in den Ethnomedien vorhanden seien. In der Sicht der Befragten mit Migrationshintergrund aus einer aktuellen belgischen Studie auf der Basis von Gesprächen mit Fokusgruppen (Devroe 2004) spielen **multikulturelle Programme eine wichtige Brückenfunktion**: Sie können den Mitgliedern der Mehrheitskultur Informationen über die (muslimische) Kultur der Migranten vermitteln, und umgekehrt erhalten Migranten relevantes Orientierungswissen über die Kultur des Aufnahmelandes. Nach Meinung der Befragten basieren viele stereotype Vorstellungen und Vorurteile bei den Mitgliedern der Mehrheitskultur auf fehlendem Wissen über den kulturellen Hintergrund, Normen und Werte, aber auch den konkreten Alltag der Migranten.

2.4 Zugang und Nutzung von Computer/Internet durch Migranten

Der **Forschungsstand** zur Mediennutzung im Allgemeinen und zum Zugang sowie zur Nutzung von Computer und Internet durch die ausländische Wohnbevölkerung ist insbesondere **in der Schweiz stark defizitär**. Mit Ausnahme einer veralteten Studie des SRG Forschungsdienstes (Anker/Ermutlu/Steinmann 1995) und einer aktuellen Studie zur Zielgruppe der jungen Ausländer (vgl. Bonfadelli/Moser 2007) gibt es keine aktuellen empirischen Studien auf einer verlässlichen Basis. Im Kontrast dazu gibt es immerhin einige wenige empirische Studien aus europäischen Nachbarländern.

Nachfolgend sollen die wenigen zurzeit vorhandenen Studien und deren relevante Befunde zum Umgang mit dem Internet durch Migranten dargestellt werden.

Forschungsstand jugendliche Migranten

ICT in Multicultural Society in the Netherlands (d'Haenens 2003). Die niederländische Studie basiert auf der Befragung von 444 12-19jährigen Jugendlichen aus drei Minoritätsgruppen (Türkei, Marokko, Surinam). Aufgrund bestehender Untersuchungen wird davon ausgegangen, dass nur rund 20% der Türken, 30% der Marokkaner und 40% der Surinamesen das Internet nutzen, d.h. es besteht eine **Digitale Kluft** zwischen der niederländischen Bevölkerung und dem Segment der Migranten. Bei den Jugendlichen ist die Nutzung des Internets aber deutlich höher: 50% der türkischen und je 45% der marokkanischen und surinamesischen Jugendlichen im Vergleich zu 70% der holländischen Jugendlichen. Das Internet ist somit nicht nur bei den holländischen, sondern auch bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund ein populäres Medium. Es wird multifunktional genutzt: Chatting und Emailing stehen an der Spitze, aber auch Info-Suche in Bezug auf Hobbies und Ausbildung. Aber auch innerhalb der Migrationsjugendlichen bestehen Unterschiede in der Nutzung des Internets: Geschlecht und SES sind die wichtigsten Einflussgrößen. In einer qualitativen Zusatzstudie zeigt sich, dass religiöse Websites und Diskussionsformen für die Migrationsjugendlichen eine unterschiedlich wichtige Rolle spielen.

Alte und neue Medien im Leben von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in der Schweiz (Bucher/Bonfadelli 2007). Im Rahmen eines Nationalfondsprojekts (NFP52) wurde im Sommer 2004 die Mediennutzung von 12-16jährigen Jugendlichen mit Migrationshintergrund (N = ca. 1000) mit jener von Schweizer Jugendlichen (N=ca.500) verglichen. Generell zeigte sich eine hohe Verbreitung des Internet nicht nur in den Familien der Schweizer Jugendlichen (92%), sondern auch in den Migrantenfamilien (87%), d.h. es besteht praktisch keine Digitale Kluft. Während nur 30% der Schweizer Jugendlichen Zugang zum Internet im eigenen Zimmer haben, steht der Computer bei 50% der Migrationsjugendlichen im eigenen Zimmer. Die Eltern mit Migrationshintergrund ermöglichen ihren Kindern den Internetzugang als Bildungsmittel, während sie selber das Internet weniger zu nutzen scheinen. Das Internet wird von allen Jugendlichen häufig genutzt: 70% mehrmals pro Woche oder täglich. Bei der

Nutzung stehen Surfen, Chatten und Mailen, aber auch PC-Spiele im Vordergrund. Auch in der Schweizer Studie äussern sich geschlechts- und bildungsspezifische Unterschiede.

Young People's Response to Participate Online (Livingstone 2006): Im Rahmen der Evaluation des britischen Projekts "UK Children Go Online" zeigte sich, dass die Produzenten von Internetwebsites für junge Leute die Info-Bedürfnisse und den Nutzungskontext der jungen Leute zu wenig beachtetten. Das führte dazu, dass die Internetangebote auf wenig Interesse stiessen und kaum genutzt wurden.

Forschungsstand erwachsene Migranten

Repräsentativstudie Nordrhein-Westfalen (Windgasse 2007). Mündliche Befragung von 2000 Migranten ab 14 Jahren (2004) aus fünf Gruppen (Türkei, Italien, Griechenland, Ex-Jugoslawien) zur Nutzung verschiedenster Medien. Insgesamt wird von 68% das Internet nie genutzt; d.h. nur rund 20% nutzen das Internet mindestens mehrmals pro Woche. Fazit: Deutsche wie muttersprachliche Internetangebote werden wenig genutzt.

Ethnische Minderheiten und digitale Kluft in Deutschland (Hinkelbein 2004). Berichtet wird von einer Studie „Lebenswelten Deutschtürken 2002“, nach der nur etwa ein Viertel über einen Internetzugang verfüge. Darüber hinaus gibt die Veröffentlichung einen Überblick über die Aktionsprogramme der Bundesregierung im Bereich neue Medien und IKT, welche eine beschleunigte Verbreitung und Nutzung abzielen, wobei alle gesellschaftlichen Gruppen einzubeziehen sind. Von Bedeutung sind insbesondere eGovernment Aktivitäten der Bundesregierung wie z.B. der Aufbau von virtuellen Rathäusern und virtuellen Marktplätzen. Der Autor folgert, dass gerade Migranten durch die Benachteiligung beim Zugang und bei der Medienkompetenz wenig vom modernen Staat zu profitieren vermöchten. Im Sinne des Mentoring-Ansatzes wird auf verschiedene Projekte hingewiesen (z.B. Esslinger Computergruppe im Ausländerbüro), deren Kerngedanke darin besteht, dass das Erlernen der deutschen Sprache mit dem Erwerb von Computerkenntnissen zu verbinden sei.

Migranten und Medien 2007 in Deutschland (ARD/ZDF-Medienkommission 2007; Themenheft Media Perspektiven 2007; WDR 2007). Datenbasis der Studie: N=3'010 Befragte ab 14 Jahren (2005) mit Migrationshintergrund (Italien, Ex-Jugoslawien, Griechenland, Türkei, Polen. Tägliche Reichweite des Fernsehens: 89% Deutsche vs. 83% Migranten; Radio: 84% Deutsche vs. 47% Migranten. Alle Migrationsgruppen in Deutschland werden, wenn auch in unterschiedlichem Ausmass, durch die deutschen Medien gut erreicht. Die aktuellen Ergebnisse lassen **keine ausgeprägte mediale Parallelgesellschaft** im Sinne eines Medienghettos erkennen. Allerdings besteht ein **enger Zusammenhang zwischen der Nutzung deutscher Medien und guten Sprachkenntnissen** bei den Migranten.

Das **Internet** wird im Vergleich zu den klassischen Medien deutlich weniger häufig genutzt: 28% Deutsche vs. 22% Migranten; 14-29jährige: Deutsche 46% vs. Migranten 38%. Im In-

ternet werden am häufigsten deutschsprachige Internetseiten abgerufen: nur deutschsprachige 28% vs. nur heimatssprachige 2%, beides: 11%; **keine Internetnutzung**: 60%. Thematisch am stärksten nachgefragt werden Nachrichten zum aktuellen Weltgeschehen mit 22% und Sport mit 12%, aber auch Recherchen mit Suchmaschinen: 11%.

Trebbe und Weiß (2007: 136) gehen zudem nicht von der Frage aus, ob die Nutzung von Minderheitsmedien der Herkunftsgesellschaft bzw. Mehrheitsmedien der Ankunftsgesellschaft zur Integration oder nicht führt, sondern stellen die Frage, inwiefern eine je spezifisch geprägt Mediennutzung „nicht vielmehr Ausdruck, Symptom oder gar Folge des individuellen Integrationsstatus einer Person mit Migrationshintergrund“ seien. Als Ergebnis ihrer Studie resultiert eine **Typologie von Integrationsmustern**: 1) Die Mehrheit der jungen Migranten türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen ist in vielerlei Hinsicht, nämlich sprachlich, sozial und politisch, gut integriert. 2) Integriert sein kann aber Verschiedenes bedeuten, d.h. es existieren unterschiedliche Strategien, sich mit der türkischen Heimatkultur und der deutschen Kultur auseinanderzusetzen; insbesondere ist die Einbindung in Deutschland nicht automatisch mit einer Aufgabe der türkischen Kultur verbunden. 3) „Medien – insbesondere das Fernsehen – sind wichtige Quellen der gesellschaftlichen Information und ein zentraler Bestandteil des kulturellen Alltags der befragten Türken in Nordrhein-Westfalen. Ein Integrationswerkzeug sind sie jedoch nicht. Die doppelte Verankerung von Migranten in zwei sozialen Kontexten manifestiert sich auch in der Mediennutzung“ (Trebbe/Weiß 2007: 141).

Fazit

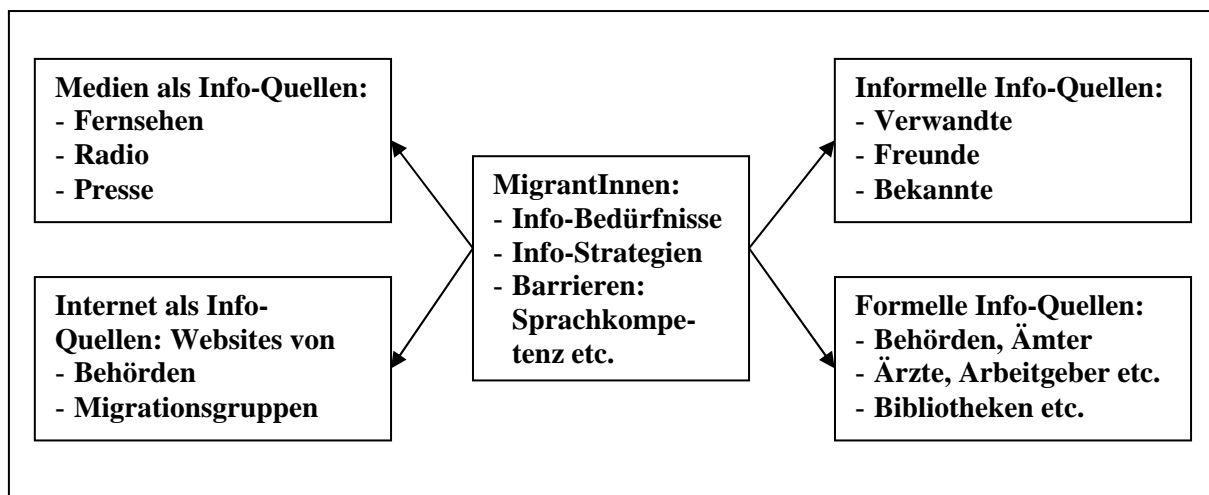
Die bislang vorliegenden Studien ergeben ein eher heterogenes Bild. Während der Zugang zum Internet in Ausländerhaushalten in den Niederlanden und Deutschland vergleichsweise noch eher gering zu sein scheint und Digitale Klüfte bestehen, ist die Versorgung in der Schweiz deutlich höher und die Unterschiede zwischen schweizerischen und ausländischen Haushalten sind nur minimal. In allen Ländern gibt es aber Hinweise darauf, dass auch Ausländer das Internet nutzen, wobei zum einen für Kommunikation mit Verwandten und Bekannten in der Herkunftssprache, zum anderen aber auch zur Information über das politische Geschehen und andere Themen im neuen Lebenskontext. Nach wie vor fehlen jedoch aussagekräftige Studien vor allem zum Informationsbedarf und zur darauf bezogenen Nutzung alter und neuer Medien durch die Ausländer im Alltag.

2.5 Kommunikation und aktive Informationssuche von Migranten

Neben der habitualisierten Nutzung von Medien und Internet durch Rezipienten mit Migrationshintergrund stellt sich nicht zuletzt auch die Frage danach, **wie Migranten im neuen Aufnahmeland kommunizieren** und **welche Informationskanäle und Kommunikationsnetze** sie für die Lösung ihrer konkreten Alltagsprobleme benutzen. Hierzu sind vor allem in

den **USA** aus der Perspektive der Informations- und Bibliothekswissenschaften empirische Forschungen durchgeführt worden (Chu 1999; Fisher/Durrance/Bouch Hinton 2004; Court-right 2005; Silvio 2006). Praxisorientiert steht die **Frage** im Vordergrund, wie beispielsweise über lokale Bibliotheken den neuen Migranten relevante bzw. sozial nützliche Informationen angeboten werden könnte, welche ihre Integration erleichtern würde.

Abbildung 4: Kommunikation und Informationssuche von Migranten



In theoretischer Hinsicht wird betont, dass die vorherrschenden linearen Modelle ergänzungsbedürftig seien; insbesondere müsste dem **sozialen Kontext**, in dem Informationssuche stattfindet, stärkere Bedeutung zukommen. Zu wenig berücksichtigt würden auch die **kulturellen Unterschiede**, speziell etwa im Zusammenhang mit (mangelhaften) Sprachkompetenzen. Auch werde in den meisten Modellen nur von aktiver Informationssuche ausgegangen. Dieses Konzept müsste stärker als **sinnhafte Bedeutungskonstruktion** etwa auch im Zusammenhang des Teilens und Austauschens von Informationen verstanden werden. Neben der aktiven Suche von Informationen würde es auch **vielfältige andere Modalitäten** geben wie beispielsweise die Identifikation von potentiell nützlichen Info-Quellen, das zufällige Stossen auf neue und interessante Informationen, das Erhalten von Informationen, ohne diese aktiv gesucht zu haben, aber schliesslich auch **Barrieren und Misserfolge** bei der Suche nach Informationen (vgl. McKenzie 2003).

Nach Silvio (2006) kristallisierten sich die Informationsbedürfnisse in folgenden **Themenbereichen**: 40% Bildung, 20% Arbeit, 5% Gesundheit, 25% „mit Rassismus umgehen“, 10% Themen aus der Politik. – Übereinstimmend wird festgehalten, dass die benutzten **Quellen sehr vielfältig** sind, bei aktiver Informationssuche aber **persönliche Bekannte und Freunde als Informanten** im Vordergrund stehen. Dies kann sich allerdings auch als hinderlich in Bezug auf die Qualität der erhaltenen Informationen auswirken. Chu (1999) erwähnt im Spe-

ziellen die wichtige **Funktion der Kinder** für ihre Eltern mit beschränkten Sprachkenntnissen als **Gatekeeper oder Mediatoren** im Prozess der Informationssuche.

Neben interpersonalen Kanälen spielen aber auch die **Massenmedien** (Fernsehen, Radio, Zeitungen) und das **Internet** eine relevante Rolle als Informationsquellen. In institutioneller Hinsicht werden zudem Bibliotheken, Kirchen und Moscheen sowie Community Zentren erwähnt. Vor allem in Bezug auf das Internet besteht nach wie vor grosse Unsicherheit über allfällige **Zugangsbarrieren für Migranten**. Die neue Migranten-Studie der ARD/ZDF-Medienkommission (2007) zeigte hier für Deutschland, dass immerhin **41% der Migranten Stammnutzer des Internets** (4-7 Tage pro Woche) sind und 28% davon nur deutschsprachige Websites besuchen, wobei mit 22% deutlich am meisten Nachrichten zum aktuellen Weltgeschehen beachtet werden. Mit 11% spielen aber auch Recherchen mit Suchmaschinen und bei 10% Chats und Foren eine wichtige Rolle. Nach einer aktuellen schweizerischen Studie zum Medienumgang von jungen Migranten zeigte sich sogar, dass diese das Internet im Vergleich zu ihren schweizerischen Kameraden häufiger und länger nutzten und zudem signifikant häufiger Zugang zum Internet im eigenen Zimmer haben. Dies kann als Hinweis darauf verstanden werden, dass die Eltern von Migrationsjugendlichen oft nicht über die notwendigen Kenntnisse verfügen, um das Internet zu nutzen. In dieser Hinsicht dürfte den jungen Migranten, wie oben festgestellt, vermutlich eine wichtige **Rolle als Mediatoren und Info-Broker** in ihren Familien zukommen.

Als **Probleme und Barrieren bei der Info-Suche** erwiesen sich vor allem mangelnde Sprachkenntnisse, zusammen mit fehlender Terminologie etwa im Bereich der Gesundheitsinformation bei den wenig Gebildeten, aber auch der **Information-Overload** etwa im Internet. Nach einer jüngsten Studie aus Neuseeland fanden es Migranten schwierig, brauchbare Informationen zu **Themen wie Arbeitssuche, Niederlassung und Finanzielles** zu erhalten (The Centre for Applied Cross-cultural Research 2007). Und nach Silvio (2006) bevorzugte eine Mehrheit **informale gegenüber formalen Informationsquellen**, speziell die weniger Gebildeten; zudem **kurze und prägnante Information**, und zwar von **vertrauenswürdigen Quellen** wie Freunden und Bekannten. Nach Courtright (2005) hat dies aber auch zur Folge, dass **über soziale Netzwerke verbreitete Informationen uneinheitlich und von unterschiedlicher Qualität** sind. Neu ankommende Migranten sind darum oft nicht in der Lage, sich adäquat über die vorhandenen lokalen Gesundheitsangebote zu informieren. Insbesondere bestehen **Barrieren beim effizienten Umgang mit dem Internet**, etwa durch zu viele Informationen, nicht klar strukturierten Seitenaufbau oder „out-of-date“ Informationen, was sich in Form von Wissensklüften bemerkbar macht (z.B. Hinkelbein 2004). Sonja Livingstone (2007) weist beispielsweise in einer qualitativen Studie nach, dass signifikante Unterschiede zwischen den Produzenten und der Zielgruppe der jungen Nutzer der Websites bestanden, die sich als Kommunikationsbarrieren erwiesen (vgl. auch Savolainen/Kari 2004).

3. Das Forschungsdesign

Die **Begleitforschung zum Projekt „conTAKT-net.ch“ von Migros-Kulturprozent** wird mit einem **mehrmethodischen Forschungsdesign** angegangen. Die Kombination von quantitativen (schriftliche Befragung) und qualitativen (Gruppendiskussionen) Methoden bringt im Gegensatz zu einem Einmethodenansatz deutliche Vorteile.

Die Einbeziehung **qualitativer** Analysestrategien zwingt die Forschung insgesamt zu mehr Offenheit und somit zu mehr Alltagsnähe. Gerade bei einem Forschungsgegenstand wie „Medien und Migranten“ ist eine gewisse Alltagsnähe unerlässlich, soll die reale Situation von Migrantinnen und Migranten wiedergegeben werden. Weiter gewinnt die qualitative Forschungsmethode in der Regel durch das Hinzuziehen **quantitativer** Einheiten an Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse (vgl. Meyring 2001).

Schriftlich befragt wurden Migrantinnen und Migranten, welche in der deutschen und französischen Schweiz leben. Da eine Vollerhebung aller in der Schweiz lebenden Migrantinnen und Migranten den Zeit- und Budgetrahmen dieses Projektes gesprengt hätten, wurden Organisationen und Ämter, welche Kontakte oder Beziehung zu Migrantinnen oder Migranten aufweisen, per Mail kontaktiert. Der Fragebogen verteilte sich von da aus dann nach dem Schneeballsystem weiter. Damit MigrantInnen ohne Internetzugang nicht von der Befragung ausgeschlossen waren, konnte eine gedruckte Version des Fragebogens angefordert werden.

In einem weiteren Schritt wurden **qualitative Gruppendiskussionen** mit verschiedenen ethnischen bzw. Sprachgruppen durchgeführt, die meisten in den Gemeinden des conTAKT-net.ch (Flawil, Liestal, Kriens, Zug, Zürich). Innerhalb dieser Gruppen wurde darauf geachtet, dass es sich jeweils um eine Nationalität handelte oder die Gruppe einen ähnlichen kulturellen Hintergrund mitbringt, zudem wurden **Untergruppen von Männern und Frauen** gebildet. Geführt wurden die Gruppendiskussionen in deutscher Sprache, Bedingung für die Teilnahme an der Gruppendiskussion sind somit minimale **Deutschkenntnisse**.

3.1 Methode der schriftlichen Befragung

Bei einer schriftlichen Befragung wird der Fragebogen auf Papier oder als Link per Mail an die Adressaten (Migrantinnen und Migranten) gesandt, von ihnen ausgefüllt und an den Absender (hier das IPMZ) zurückgeschickt (vgl. Friedrichs 1980:236; Botz/Döring 1995:231). Zum anderen spricht man von einer schriftlichen Befragung, wenn eine Gruppe von gleichzeitig anwesenden Befragten in Anwesenheit eines Interviewers einen Fragebogen ausfüllt, wobei für uns der erste Fall relevant ist (vgl. Schnell/Hill/Esser 1999:335; Brosius/Koschel 2001:131). Warum aber sollte jemand einen Fragebogen ausfüllen? Sehr wichtig bei einer schriftlichen Befragung ist das Anschreiben, in dem der Absender, das Thema, die Art der Fragen und der Zeitaufwand für den Befragten aufgelistet sind und die vertrauliche Verwen-

dung der Daten zugesichert wird. Zudem sollte nach einer gewissen Zeitspanne ein Erinnerungsschreiben nachgesandt werden (vgl. Friedrichs 1980:243, vgl. Schnell/Hill/ Esser 1999:338; Brosius/Koschel 2001:132). Der Fragebogen soll klar, übersichtlich und kurz sein. Werden die genannten Kriterien erfüllt, erhöht sich die Bereitschaft zur Beantwortung des Fragebogens (vgl. Friedrichs 1980:236). Die Befragungsinhalte sollen also hoch strukturiert sein, und auf die steuernden Eingriffe eines Interviewers muss verzichtet werden können (vgl. Bortz/Döring 1995:231). Bei einer schriftlichen Befragung sind geschlossene Fragen mit Antwortvorgaben den offenen Fragen vorzuziehen, da die Auswertung geschlossener Fragen deutlich einfacher ist als diejenige geschlossener (vgl. Bortz/Döring 1995:232).

3.1.1 Vorteile

Vorteile der schriftlichen Befragung sind vorwiegend technischer und ökonomischer Art (vgl. Schnell/Hill/Esser 1999:335): Der Zeitaufwand und die Kosten sind deutlich geringer als bei einer mündlichen Befragung (vgl. Bortz/Döring 1995:231). Zudem können geographisch verstreute Personen problemlos erreicht werden. Da die Befragten nicht unter Zeitdruck stehen, dem Interviewer sofort eine Antwort geben zu müssen, hat der Befragte für jede einzelne Frage so viel Zeit, wie er will (vgl. Friedrichs 1980:237).

Die Interviewerfehler werden vermieden, da dieser das Interview nicht durch seine Persönlichkeit beeinflusst, die Antworten werden entsprechend ehrlicher, da durch das Fehlen eines Interviewers die Verzerrung durch soziale Erwünschtheit geringer wird. Zudem könnte auch eine höhere Motivation zur Teilnahme bestehen, da der Beantwortungszeitpunkt selbst bestimmt werden kann und der Druck durch einen Interviewer entfällt. Zudem ist die Zusicherung der Anonymität glaubwürdiger (vgl. Schnell/Hill/Esser 1999:336).

Umfragen, welche im Namen einer universitären Institution durchgeführt werden, erzielen die besten Rücklaufquoten (vgl. Bortz/Döring 1995:235, vgl. Brosius/Koschel 2001:132).

3.1.2 Nachteile

Eindeutig Nachteile einer schriftlichen Befragung sind die geringen Rücklaufquoten (vgl. Friedrichs 1980:237, vgl. Schnell/Hill/Esser 1999:336, vgl. Brosius/Koschel 2001:131), was mit der Unkenntnis der Art der Ausfälle einhergeht. Ebenfalls ein Nachteil ist die nicht kontrollierte Erhebungssituation; die Befragten haben keine Garantie dafür, dass der Fragebogen selbstständig (vgl. Bortz/Döring 1995:321) oder überhaupt von der gewählten Person ausgefüllt wird. Bei Unklarheiten können nicht wie bei einem mündlichen Interview Erläuterungen abgegeben werden, und die motivierende Wirkung des Interviewers fällt ebenfalls aus (vgl. Friedrichs 1980:237). Zudem sind Stichprobenverzerrungen durch „Selbstrekrutierung“

zu erwarten (Schnell/Hill/Esser 1999:336). Speziell beim Segment der Migranten stellt sich zudem die Frage einerseits nach den vorhandenen **Sprachkenntnissen** und andererseits nach der Vertrautheit und der **Kompetenz im Umgang mit dem Instrument des Fragebogens**.

3.2 Methode der Gruppendiskussion

Fokusgruppen sind eine Form des **geleiteten und themenzentrierten Gruppengesprächs**, das als Methode der Datengenerierung häufig in der angewandten qualitativen Sozialforschung eingesetzt wird (Lamneck 2005), um ein gewähltes Thema in verschiedenen Facetten vertieft auszuloten, zu dem noch wenig systematisches Vorwissen besteht. Im Normalfall handelt es sich um eine moderierte Diskussion mit 6-10 Teilnehmern, welche 1-2 Stunden dauert und durch einen erfahrenen Moderator geleitet wird. Die Teilnehmer werden anhand bestimmter Kriterien (z.B. milieu-, akteurs- oder themenspezifisch) zusammengestellt.

3.2.1 Vorteile

Fokusgruppen bzw. Gruppendiskussionen sind flexibel und lassen sich verhältnismässig schnell durchführen. Der dazu erforderliche Aufwand ist relativ gering, sofern diese zentral an einem Ort durchgeführt werden können, und die anfallenden Kosten sind überschaubar. Die Gespräche können anhand eines Gesprächsleitfadens thematisch relativ gut vorstrukturiert werden. Dabei können auch Vorlagen und Beispiele – z.B. Medientexte – gezeigt und als Input für das Gespräch verwendet werden. Gruppendiskussionen in Fokusgruppen bringen meist eine Fülle neuer Informationen. Die Gruppensituation und die damit einhergehenden Interaktionen zwischen den Teilnehmern inspirieren das Gespräch und bewirken, dass auf einzelne Gesprächsbeiträge mit beispielsweise extremen Positionen meta-kommunikativ reagiert wird, und so auch Kontextinformationen im Sinne von Begründungen anfallen.

Fokusgruppen sind **besonders geeignet** für bestimmte **Zielgruppen** bzw. spezifische **soziale Segmente**, wie z.B. Migranten, zu denen der Zugang erschwert ist, und die sich im persönlichen Interview nur zurückhaltend äussern oder tendenziell sozial erwünschte Meinungen abgeben. Das Aufgehobensein in der Gruppensituation und die sich einstellende Gruppendynamik regen die Gesprächsbereitschaft an und stimulieren vielfältige, kreative Äusserungen.

3.2.2 Nachteile

Aufgrund der qualitativen Methodik und der meist geringen Fallzahlen können Gruppendiskussionen keinen repräsentativen Anspruch erheben. Einzelne Teilnehmer können als Meinungsführer die Gespräche dominieren, in eine bestimmte Richtung lenken, tendenziell die Äusserung bestimmter Meinungen unterdrücken. Die Auswertung der aufgezeichneten Gespräche ist wesentlich aufwendiger als die Auswertung standardisierter Fragebogen.

4. Ergebnisse der schriftlichen Befragung von MigrantInnen in der Deutschschweiz

Um die Informations- und Mediennutzungsbedürfnisse von Migrantinnen und Migranten effizient zu erfassen, wurde die Methode der schriftlichen Befragung gewählt. Zum einen handelt es sich dabei um eine Online-Befragung, welche schneeball-systemartig verteilt wurde, und zum weiteren um eine gedruckte Version desselben Fragebogens, der auf Wunsch angefordert werden konnte.

Im folgenden Kapitel wird kurz das Sample beschrieben, gefolgt von den Ergebnissen der soziodemographischen Angaben, der Mediennutzung und der Wichtigkeit der Medien von und für Migranten, ihre Informationsbedürfnisse sowie ihr Verständnis von Integration.

4.1 Das Sample

Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit umfasst alle Migrantinnen und Migranten, welche in der Schweiz wohnhaft sind. Da es natürlich nicht möglich ist, alle zu erreichen und zu befragen, konzentrierten wir uns in erster Linie auf Ausländer- und Migrantenvereine, welche per Mail erreichbar waren. Auf Anfrage wurde der Fragebogen auch in gedruckter Version zugestellt. Der Fragebogen verteilte sich per Mail in der Form eines „Schneeballsystems“ weiter.

Anzahl versendete Anfragen per Mail und Brief

Total deutsche Schweiz versendet

Online- Fragebogen: **118** E-Mails versendet

Papier-Fragebogen: **314** Briefe verschickt

Realisiertes Sample

Total deutsche Schweiz Rücklauf

Online- Fragebogen: 445 teilweise ausgefüllt

302 vollständig ausgefüllt

Papier-Fragebogen: 68 teilweise ausgefüllt

60 vollständig ausgefüllt

Total auswertbare Fragebögen: **362**

4.2 Befragte aus der deutschen Schweiz: Soziodemographie

Anzahl TeilnehmerInnen	362		
Alter nach Kategorie:	Alter	Häufigkeit	Prozent
	<i>50+ Jahre</i>	93	25.8 %
	<i>40-49 Jahre</i>	97	26.9 %
	<i>30-39 Jahre</i>	92	25.6 %
	<i>15-29 Jahre</i>	78	21.7 %
	<i>Gesamt</i>	360	100.0 %
Geschlecht	Geschlecht	Häufigkeit	Prozent
	<i>männlich</i>	157	43.6 %
	<i>weiblich</i>	203	56.4 %
	<i>Gesamt</i>	360	100.0 %
Familienstand	Familienstand	Häufigkeit	Prozent
	<i>verheiratet</i>	214	59.4 %
	<i>alleinstehend</i>	79	21.9 %
	<i>Konkubinat</i>	38	10.5 %
	<i>geschieden</i>	25	6.9 %
	<i>verwitwet</i>	4	1.1 %
	<i>Gesamt</i>	360	100.0%
Wohnort	Kanton	Häufigkeit	Prozent
	<i>ZH</i>	203	56.2%
	<i>BE</i>	28	7.8 %
	<i>BS</i>	25	6.9 %
	<i>LU</i>	21	5.8%
	<i>AG</i>	19	5.3%
	<i>SG</i>	16	4.4%
	<i>BL</i>	12	3.3%
	<i>Andere Kantone *</i>	37	10.4%
	<i>Gesamt</i>	361	100.0%
<small>* Weitere Befragte stammen aus den Kantonen: SZ, OW, NW, GL, ZG, FR, SO, AR, GR, TG</small>			
Partner/Partnerin aus der Schweiz?	Schweizer Partner	Häufigkeit	Prozent
	<i>Ja</i>	129	36.5%
	<i>Nein</i>	224	63.5%
	<i>Gesamt</i>	353	100.0%
Anzahl Kinder pro Haushalt	Anzahl Kinder Pro Haushalt	Häufigkeit	Prozent
	<i>Ohne Kind</i>	164	45.8%
	<i>1 Kind</i>	51	14.2%
	<i>2 Kinder</i>	113	31.6%
	<i>3 Kinder</i>	14	3.9%
	<i>4 Kinder und mehr</i>	16	4.6%
	<i>Gesamt</i>	358	100.0%

Anzahl Erwachsene pro Haushalt	Anzahl Erwachsene Pro Haushalt	Häufigkeit	Prozent
	<i>1 erwachsene Person</i>	88	25.5%
	<i>2 erwachsene Personen</i>	212	61.4%
	<i>3 erwachsene Personen</i>	29	8.4%
	<i>4 erwachsene Personen und mehr</i>	16	4.7%
	<i>Gesamt</i>	345	100.0%
Nationalität	Nationalität	Häufigkeit	Prozent
<p><i>* von diesen Ländern haben maximal 4 Personen den Fragebogen ausgefüllt: Serbien, Frankreich, Mazedonien, Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Sri Lanka, Philippinen, Indien, Thailand, Kambodscha, Malaysia, Marokko, Grossbritannien, Niederlande, Russland, Schweden, Polen, Griechenland, Tschechien, Ungarn, Slowakei, Litauen, Armenien</i></p>	<i>Italien</i>	75	20.9%
	<i>Kosovo/Albanien</i>	43	12.0%
	<i>Schweizer mit Migrationshintergrund</i>	37	10.3%
	<i>Türkei</i>	36	10.0%
	<i>Deutschland</i>	29	8.1%
	<i>Südamerika</i>	22	6.1%
	<i>Spanien</i>	20	5.6%
	<i>Südafrika</i>	12	3.3%
	<i>Österreich</i>	11	3.1%
	<i>USA</i>	8	2.2%
	<i>Portugal</i>	6	1.7%
	<i>Andere *</i>	60	16.7%
	<i>Gesamt</i>	359	100.0%
DoppelbürgerInnen	Doppelbürger	Häufigkeit	Prozent
	<i>Ja</i>	146	40.7%
	<i>Nein</i>	213	59.3%
	<i>Gesamt</i>	359	100.0%
Heimatland, in diesem Land aufgewachsen	Heimatland	Häufigkeit	Prozent
	<i>Schweiz</i>	97	27.1%
	<i>Kosovo/Albanien</i>	37	10.3%
	<i>Italien</i>	34	9.5%
	<i>Deutschland</i>	32	8.9%
	<i>Südamerika</i>	27	7.5%
	<i>Türkei</i>	19	5.3%
	<i>Südafrika</i>	16	4.5%
	<i>andere</i>	96	27.1
	<i>Gesamt</i>	358	100.0%

Muttersprache	Muttersprache	Häufigkeit	Prozent
	<i>deutsch</i>	141	40.4%
	<i>albanisch</i>	40	11.5%
	<i>italienisch</i>	35	10.0%
	<i>englisch</i>	31	8.9%
	<i>spanisch</i>	26	7.4%
	<i>portugiesisch</i>	16	4.6%
	<i>türkisch</i>	15	4.3%
	<i>französisch</i>	5	1.4%
	<i>Andere</i>	40	11.5%
	<i>Gesamt</i>	349	100.0%
Höchster Bildungsabschluss	Bildungsabschluss	Häufigkeit	Prozent
	<i>Hochschule, Universität, Fachhochschule</i>	171	48.3%
	<i>Berufsschule, Berufsschule</i>	77	21.8%
	<i>Gymnasium, Berufsmatura, Lehrerseminar</i>	49	13.8%
	<i>Höhere Fachschule, Meisterdiplom</i>	30	8.5%
	<i>Primarschule, Volksschule, Anlehre</i>	27	7.6%
	<i>Gesamt</i>	354	100.0%
Beruf im Heimatland	Beruf Heimatland	Häufigkeit	Prozent
	<i>Verwaltungsbereich/ kaufmännischer Bereich</i>	45	19.5%
	<i>SchülerIn/StudentIn</i>	44	19.0%
	<i>LehrerIn/DozentIn</i>	20	8.7%
	<i>Ohne Anstellung</i>	17	7.4%
	<i>Technischer Bereich</i>	16	6.9%
	<i>Handwerklicher Bereich</i>	15	6.5%
	<i>Wissenschaft</i>	14	6.1%
	<i>Andere *</i>	60	26.0%
	<i>Gesamt</i>	231	100.0%
	* andere Berufsbereiche umfassen: Pflegebereich, Dienstleistungsbereich, sozialpädagogischer Bereich, EDV-Bereich, Medienbereich, Politik, Gastgewerbe, Kunst/Design/Grafik/Musik, Hauswirtschaft/Hausfrau		

Beruf in der Schweiz	Beruf Heimatland	Häufigkeit	Prozent
	<i>Verwaltungsbereich/ kaufmännischer Bereich</i>	104	31.3%
	<i>LehrerIn/Donzentin</i>	30	9.0%
	<i>Hauswirtschaft/ Hausfrau</i>	27	8.1%
	<i>Handwerklicher Bereich</i>	20	6.0%
	<i>Technischer Bereich</i>	20	6.0%
	<i>SchülerIn/StudentIn</i>	19	5.7%
	<i>Dienstleistungsbereich</i>	18	5.4%
	<i>Andere *</i>	94	28.2%
	<i>Gesamt</i>	332	100.0%

** andere Berufsbereiche umfassen: Pflegebereich, sozialpädagogischer Bereich, EDV-Bereich, Medienbereich, Wissenschaft, Politik, Gastgewerbe, Kunst/Design/Grafik/Musik, ohne Anstellung*

Zeitpunkt der Einwanderung	Einwanderungsjahr	Häufigkeit	Prozent
	<i>Ich bin in der Schweiz geboren</i>	60	16.6%
	<i>Seit 1-5 Jahren in der Schweiz</i>	54	15.0%
	<i>Seit 6-10 Jahren in der Schweiz</i>	60	16.6%
	<i>Seit 11-20 Jahren in der Schweiz</i>	83	23.0%
	<i>Seit 21-30 Jahren in der Schweiz</i>	50	13.9%
	<i>Seit 31-40 Jahren in der Schweiz</i>	28	7.8%
	<i>Seit 41 und mehr Jahren in der Schweiz</i>	26	7.2%
	<i>Gesamt</i>	361	100.0%

Es konnten insgesamt **362 ausgefüllte Fragebogen ausgewertet** werden. Trotzdem gibt es einzelne Fragen, die nicht durchgängig von allen Migrantinnen und Migranten ausgefüllt wurden. Wie viele jedes Mal zu einer Frage Stellung genommen haben, ist jeweils unter Gesamthäufigkeit in den Tabellen oder unter „N = ...“ bei den Grafiken ersichtlich.

Es ergibt sich **kein typisches soziodemographisches Profil** für „den Migranten oder die Migrantin“. Gerade bezogen auf die vier **Alterskategorien**, beginnend bei 15 Jahren und endend bei 93 Jahren, zeigt sich, dass verschiedenste Migranten-Generationen an der Befragung teilgenommen haben, wobei alle vier Alterskategorien – 15-29, 30-39, 40-49, 50 u.m. Jahre – anteilmässig jeweils etwa $\frac{1}{4}$ der Befragten ausmachen. Insgesamt **haben mehr Migrantinnen** an der Umfrage mitgemacht (56%) als Migranten (44%). Der grösste Teil der Befragten ist **verheiratet** (59%) oder **alleinstehend** (22%) und **wohnt im Kanton Zürich** (56%): Nur

37% leben mit einem Partner oder einer Partnerin aus der Schweiz zusammen, die anderen mit **einem Partner/einer Partnerin von anderer Nationalität** (64%). Die meisten MigrantInnen leben in einem **Haushalt ohne Kinder** (46%), was bei dem Anteil von 22% Alleinstehenden durchaus nachvollziehbar ist, gefolgt von Familien mit zwei Kindern (32%). Am häufigsten leben MigrantInnen in einem **2er Haushalt** (61%). Gruppiert man die Befragten nach **Nationalitätsgruppen** haben sich am häufigsten Migranten aus **Italien** (21%) an der Umfrage beteiligt, gefolgt von **Kosovo-AlbanerInnen** (12%), Migranten mit einem **Schweizer Pass** (10%), **Türken/Türkinnen** (10%) und **Deutschen** (8%). Rund 41% sind **Doppelbürger**; schliesslich sind auch 27% der Befragten **in der Schweiz aufgewachsen**. 40.4% der Befragten haben deutsch als Muttersprache, 11.5% albanisch und 10% italienisch. Ein hoher Anteil von 48% hat **eine Hochschule, Universität oder Fachhochschule** besucht, gefolgt von 22% mit einer **Berufsschule oder Berufslehre**. Interessant ist, dass 20% in ihrem **Heimatland im Verwaltungsbereich/kaufmännischen Bereich** tätig waren oder noch SchülerInnen/StudentInnen (19%) und auch heute in der **Schweiz** der grösste Anteil (31%) im **Verwaltungsbereich/kaufmännischen Bereich arbeiten**. Rund 17% **sind in der Schweiz geboren**, die grösste Gruppe von 23% ist bereits **seit 11-20 Jahren in der Schweiz**, was mit dem hohen Anteil an italienischen Staatsbürgern korreliert.

Fazit: Während die selbst rekrutierte Stichprobe altersmässig ausgeglichen ist und nach Nationalitäten gut variiert, sind Frauen leicht und die überdurchschnittlich Gebildeten stark übervertreten; letzteres ein Phänomen, das sich bei allen Online-Befragungen bemerkbar macht.

4.3 Migranten und Medien

Über welche Medienausstattung verfügen Migrantinnen und Migranten, die in der deutschen Schweiz leben? Wie häufig nutzen sie welches Medium und in welcher Sprache? Wie wichtig sind ihnen die verschiedenen Medien in ihrem Alltag? Nutzen sie spezielle sog. „Migranten-Homepages“ und wie finden sie diese? In welchen Bereichen sind MigrantInnen gut informiert, und wo oder von wem erhalten sie die gesuchte Information? Zu welchen Bereichen hätten sie gerne mehr Informationen? Leisten die Medien einen Beitrag zur Integration? Wie werden MigrantInnen in den Medien dargestellt? Wie gut sprechen sie deutsch und fühlen sie sich in der Schweiz integriert? – Ergebnisse zu diesen Fragestellungen des Fragebogens werden in den folgenden Unterkapiteln dargestellt.

4.3.1 Medienausstattung

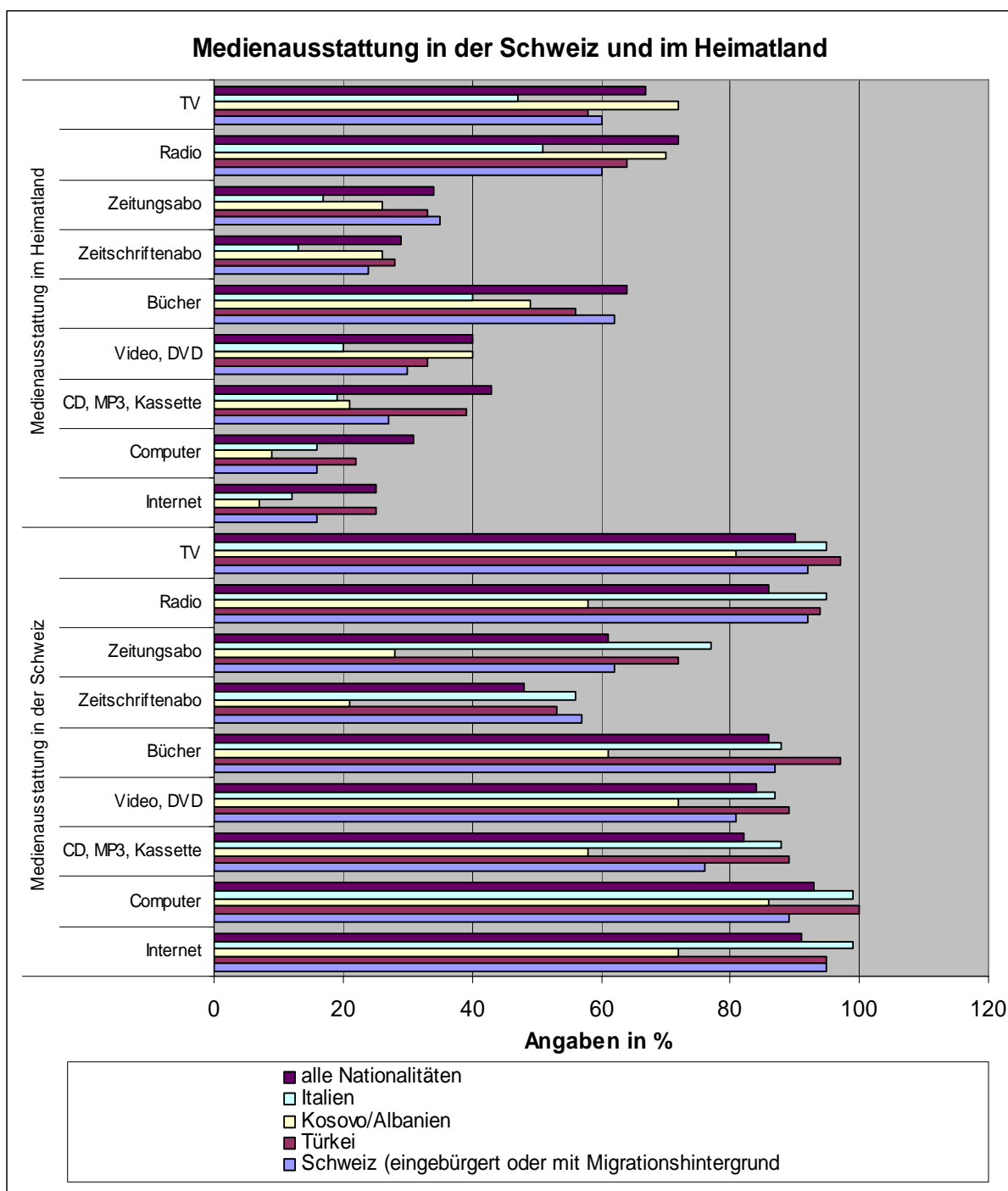
In Grafik 1 wird die aktuelle Medienausstattung in der Schweiz mit jener des Herkunftslandes verglichen. Es zeigt sich klar, dass die **Medienausstattung in der Schweiz deutlich besser ist als noch im Heimatland**. Zum einen hat dies sicher mit dem Migrationszeitpunkt zu tun: Wer vor 40 Jahren eingewandert ist, hatte damals natürlich auch in der Schweiz eine schlechtere Medienausstattung als heute.

Diese Tatsache zeigt sich besonders stark bei den italienischen MigrantInnen, welche in Italien noch relativ selten über einen Fernseher oder Radio verfügten, obwohl die Radio- und Fernsehdurchdringung heute in Italien auch gegen 100% geht.

In jedem Medienbereich **schlechter ausgestattet** als alle anderen Nationalitäten sind die MigrantInnen aus dem **Kosovo/Albanien**, in fast allen Bereichen **besser ausgestattet** als andere sind MigrantInnen aus der **Türkei**. Vergleicht man dies mit der Situation im Heimatland, verfügten TürkInnen bereits häufig schon in der Türkei über einen Internetanschluss und somit auch über einen Computer, wohingegen MigrantInnen aus dem Kosovo/Albanien auch in ihren Heimatländern einzig beim Fernseher und Radio sehr gut ausgestattet gewesen sind.

Im Medienvergleich äussert sich die Verbesserung des Zugangs besonders stark bei den neuen Medien Computer und Internet. Nur gerade ein Viertel der befragten Migranten hatte schon in ihrem Heimatland Zugang zu Computer und Internet; in der Schweiz verfügen aber über 90% der den Online-Fragebogen beantwortenden Migranten über einen Computer und auch Zugang zum Internet. – Nach unserer Online-Befragung besteht also **keine Digitale-Kluft zwischen Schweizern und Migranten**; ein Befund der konsonant ist zum Schüler-Migrations-Survey von Bucher/Bonfadelli (2007). Allerdings muss hier relativierend festgehalten werden, dass 302 der 362 auswertbaren Fragebogen auf die Online-Version entfielen; nur 60 Befragte (= 1/6) benutzten somit die Papier-Version des Fragebogens.

Grafik 1: Medienausstattung in der Schweiz und im Heimatland



N alle= 361, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=43, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

4.3.2 Mediennutzung

Welche Migrantengruppen welche Medien in welchen Sprachen wie häufig nutzen, ist für das conTAKT-Projekt von besonderer Relevanz. Denn über viel genutzte Medienkanäle lassen sich relevante Informationen für Migrantinnen und Migranten zielgruppenorientiert erfolgreicher verteilen als über wenig genutzte.

Fernsehnutzung

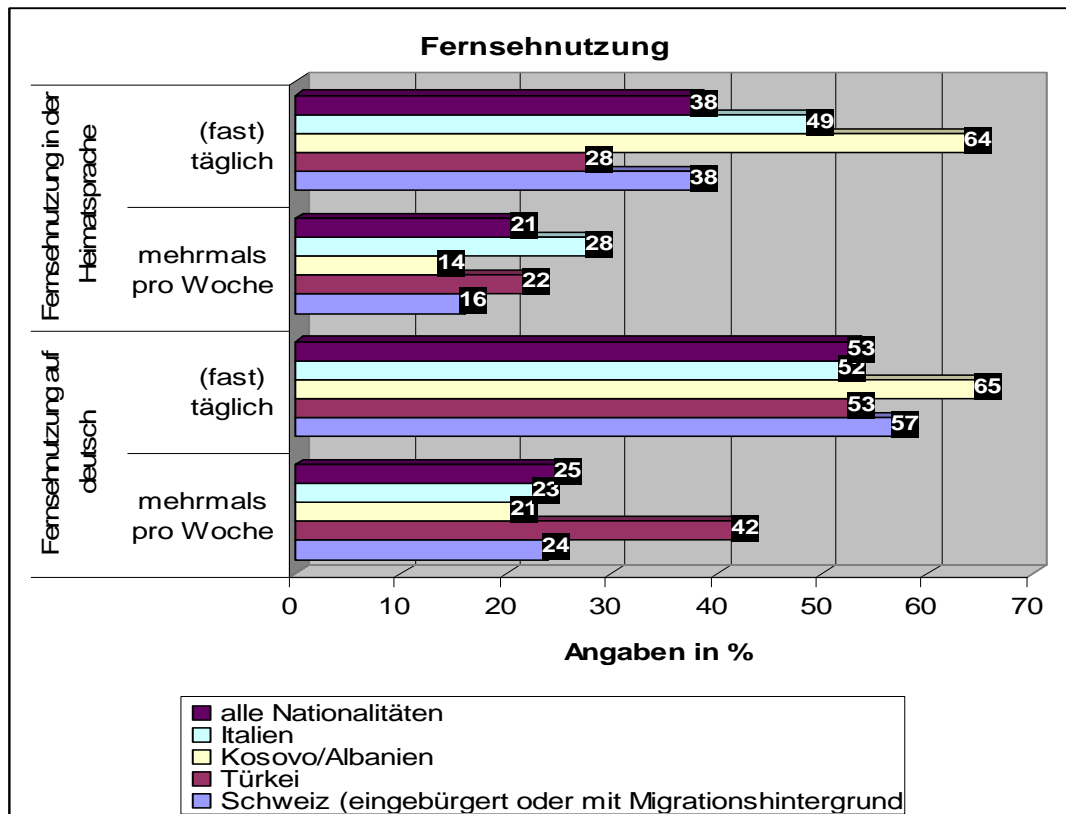
Fernsehen erweist sich generell als sehr beliebtes Medium, was sich in der hohen Anzahl von MigrantInnen widerspiegelt, die dieses Medium (fast) täglich nutzen. **Über alle Nationalitäten hinweg** ist klar ersichtlich, dass tägliches Fernsehen mehr in deutscher Sprache genutzt wird als in der Herkunftssprache – **ein Medienghetto ist nicht zu erkennen**.

MigrantInnen aus dem **Kosovo/Albanien** nutzen das Fernsehen mit Abstand am häufigsten (fast) täglich und zwar in ihrer Heimatsprache als auch auf deutsch. Bei den **ItalienerInnen** zeigt sich ein ähnliches Bild: Auch sie nutzen das Fernsehen in ihrer Heimatsprache und in deutscher Sprache etwa gleich häufig, insgesamt aber weniger häufig als die Migranten aus dem Balkan.

Ebenso nutzen **Türkinnen und Türken** täglich deutlich häufiger deutschsprachige Fernsehangebote als türkische, auch in der der Kategorie „mehrmals pro Woche“ werden doppelt so häufig deutschsprachige Sendungen geschaut wie türkische.

Ein ähnliches Bild wie bei den TürkInnen zeigt sich bei den Schweizern (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund), allerdings weniger ausgeprägt, aber auch diese Gruppe schaut sich häufiger deutschsprachige Fernsehsendungen an als Sendungen in der Heimatsprache.

Grafik 2: Fernsehnutzung von in der deutschen Schweiz lebenden MigrantInnen



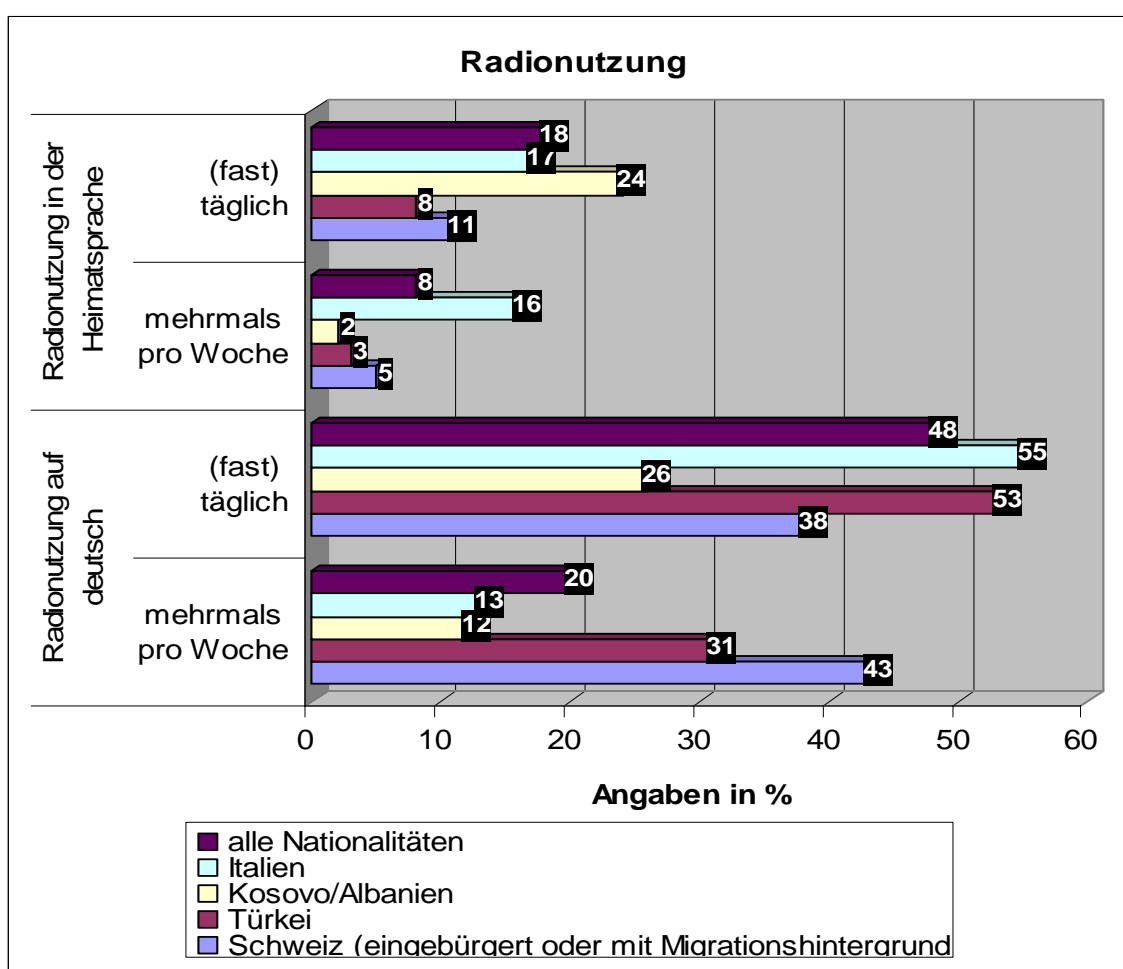
N alle= 361, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=42, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

Radionutzung

Das Radio ist deutlich weniger beliebt als das Fernsehen. Die täglichen Nutzungswerte der deutschsprachigen Programme sind zwar bei drei Gruppen (alle Nationalitäten, ItalienerInnen, TürkInnen) fast gleich hoch wie beim Fernsehen; in der Heimatsprache wird das Radio allerdings selten gehört, was mit dem mangelnden Angebot zusammenhängen dürfte.

Bei allen Nationalitäten, ausser den Kosovo-AlbanerInnen, bestätigt sich das oben aufgezeigte Bild: **Wenn Radionutzung, dann in deutscher Sprache.** Die Kosovo-AlbanerInnen hingegen nutzen das Radio in ihrer Herkunftssprache gleich häufig wie in deutscher Sprache.

Grafik 3. Radionutzung von in der deutschen Schweiz lebenden MigrantInnen



N alle= 361, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=42, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

Internetnutzung

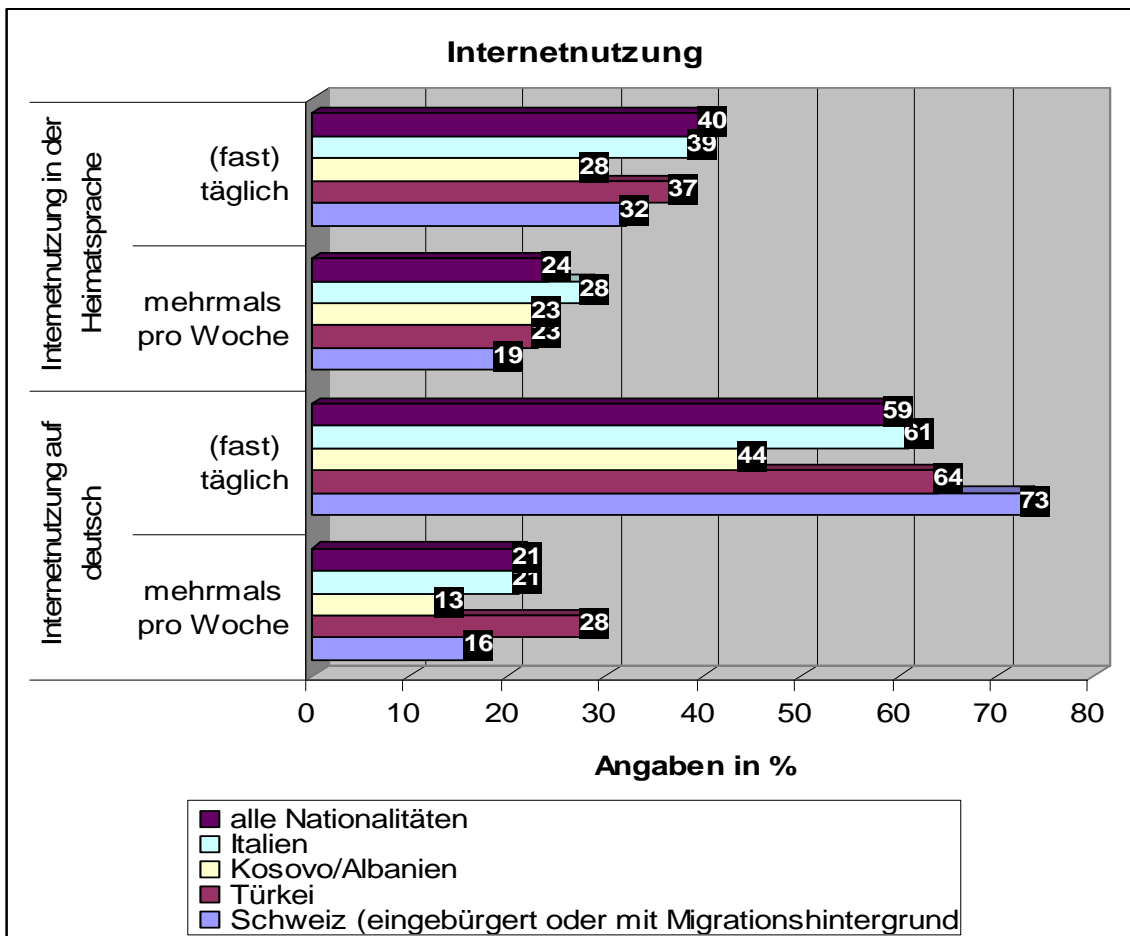
Das Internet wird heute von fast 60% der Migranten täglich genutzt, und zwar deutlich häufiger in deutscher Sprache als in der Heimatsprache.

Bei der täglichen Nutzung des Internets zeigt sich deutlich, dass alle Migrantinnen und Migranten aus Italien, der Türkei, der Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund) und die gemischte Kategorie (alle Nationalitäten), dieses Medium hauptsächlich in deutscher Sprache nutzen.

Die Kosovo-Albanerinnen nutzen zwar ebenfalls das Internet häufiger auf Deutsch als in ihrer Heimatsprache, insgesamt aber auf einer viel geringeren Nutzungsfrequenz als MigrantInnen aus anderen Ländern.

Wer mehrmals pro Woche das Internet nutzt, macht dies hingegen praktisch gleich häufig oder sogar noch häufiger in der Heimatsprache als in deutscher Sprache. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass viele MigrantInnen im Verwaltungsbereich/kaufmännischen Bereich tätig sind, es ist also davon auszugehen, dass diese Migrantengruppe mit dem beschriebenen Berufsprofil das Internet täglich bei der Arbeit nutzt und dies wohl meist in deutscher Sprache.

Grafik 4: Internetnutzung von in der deutschen Schweiz lebenden MigrantInnen



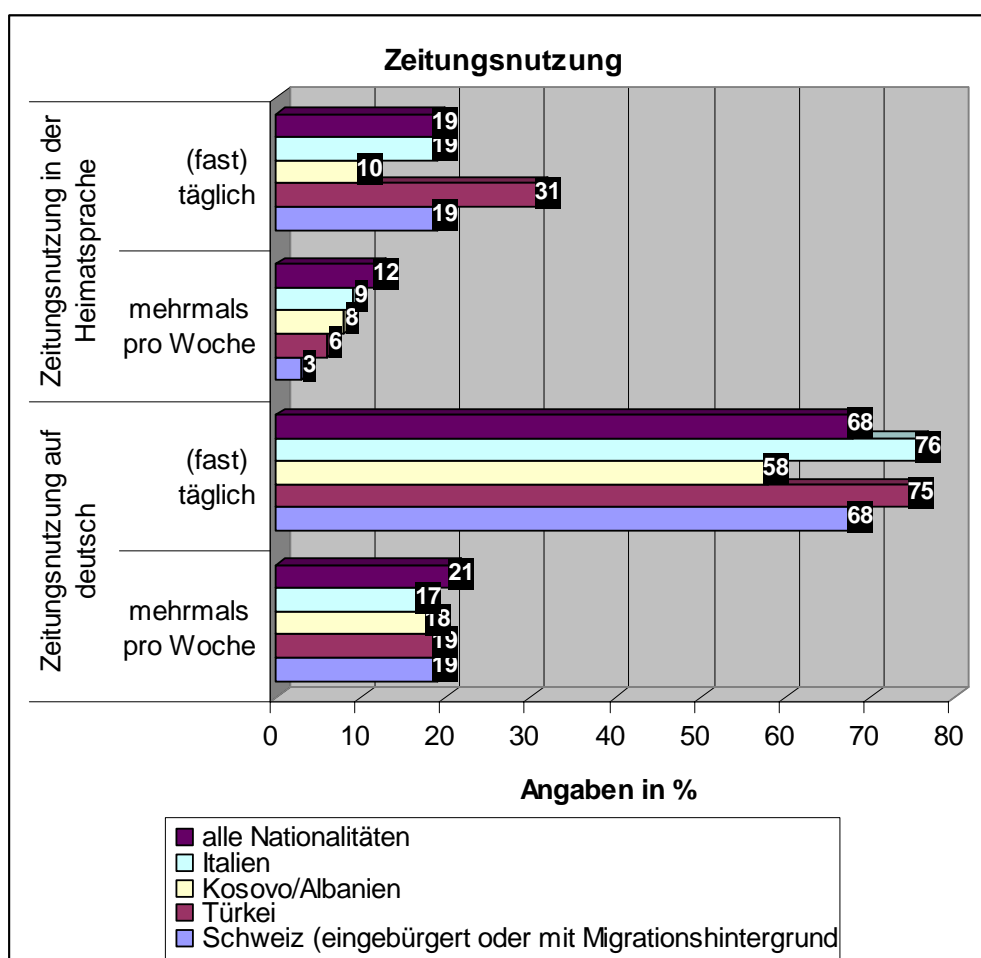
N alle= 355, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=39, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

Zeitungsnutzung

Erstaunen mag der Befund, dass die **Zeitung von zwei Dritteln der Migranten täglich gelesen** wird. Und auch bei der Zeitungsnutzung zeigt sich das gleiche Phänomen wie bei den anderen Medien, allerdings in noch ausgeprägterer Form: die **Zeitungsektüre findet in deutscher Sprache** statt, d.h. Migranten, welche in der Schweiz leben, informieren sich zur Hauptsache mit der Schweizer Presse über das aktuelle Weltgeschehen.

Zwar nutzen auch die TürkInnen viel häufiger deutschsprachige Zeitungen als türkische, sie lesen hingegen viel häufiger auch gleichzeitig türkischsprachige Zeitungen als andere in der deutschen Schweiz lebende Migrantengruppen. Dies dürfte insbesondere mit der relativ guten Versorgung mit türkischen Zeitungen in der Schweiz zusammenhängen.

Grafik 5: Zeitungsnutzung von in der deutschen Schweiz lebenden MigrantInnen



N alle= 357, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=40, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

Zusammenfassend äussert sich bei den Migranten, die in der Schweiz leben, ein **sehr hoher Stellenwert sowohl der klassischen Medien als auch des Internets als neuem Medium, und zwar mit Betonung auf Nutzung von Angeboten in deutscher Sprache.**

4.3.3 Wichtigkeit verschiedener Medien nach Nationalitäten

Von den Migranten, welche am Survey teilgenommen haben, wird das **Internet als wichtigstes Medium** eingestuft – ein überraschender Befund, der vor allem auch für das conTAKT-Projekt von hoher Praxisrelevanz sein dürfte.

An zweiter Stelle folgt die **Tageszeitung**, wobei hier Migranten aus der Türkei der Zeitung einen besonders hohen Stellenwert zuschreiben, nicht zuletzt wegen der türkischsprachigen Presse, welche komplementär zur Schweizer Presse genutzt wird.

Das **Fernsehen** an dritter Stelle wird besonders von den Kosovo-AlbanerInnen als wichtig beurteilt. Das **Radio** hingegen gilt nicht als besonders wichtiges Medium und wird sogar von mehr als ¼ der Kosovo-AlbanerInnen als gar nicht wichtig beurteilt.

Tabelle 1: Wichtigkeit des Fernsehens

Angaben in %	N	Wichtigkeit des Fernsehens			
		<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>gar nicht wichtig</i>
Alle Nationalitäten	362	39	32	18	11
Italien	75	39	36	19	7
Kosovo/Albanien	42	52	31	7	10
Türkei	36	28	42	22	8
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	3	46	32	11	11

Tabelle 2: Wichtigkeit des Radios

Angaben in %	N	Wichtigkeit des Radios			
		<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>gar nicht wichtig</i>
Alle Nationalitäten	355	28	35	27	10
Italien	75	29	37	28	5
Kosovo/Albanien	39	13	33	26	28
Türkei	36	19	50	25	6
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	37	30	41	22	8

Tabelle 3: Wichtigkeit des Internets

Angaben in %	N	Wichtigkeit des Internets			
		<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>gar nicht wichtig</i>
Alle Nationalitäten	355	74	20	5	1
Italien	75	75	21	3	1
Kosovo/Albanien	39	64	18	13	5
Türkei	37	69	25	6	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	36	81	14	5	0

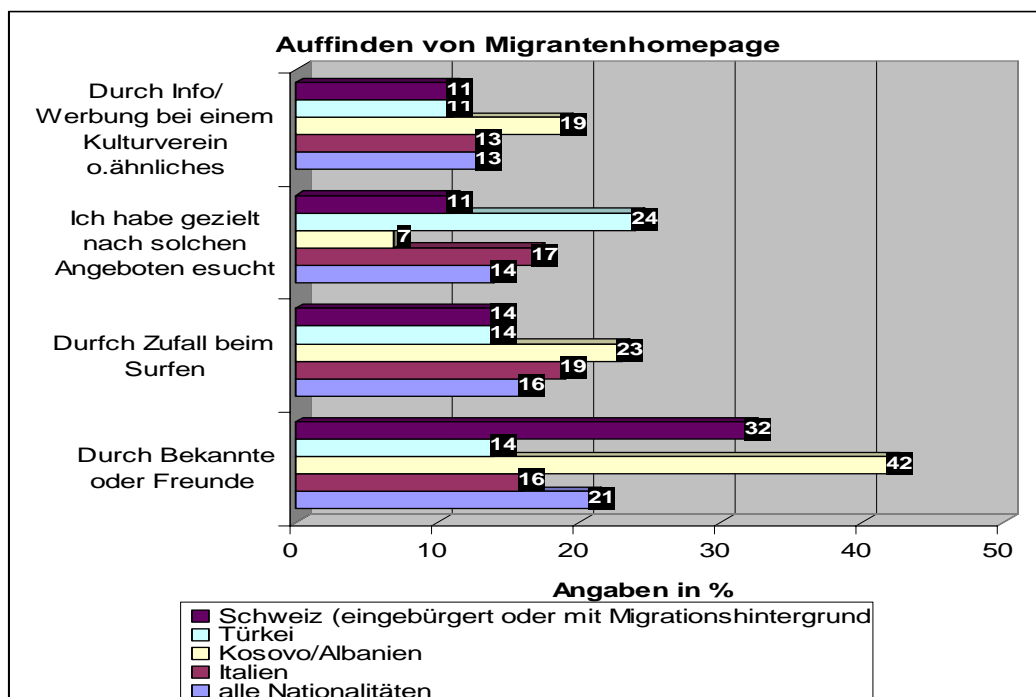
Tabelle 4: Wichtigkeit der Zeitung

Angaben in %	N	Wichtigkeit der Zeitung			
		<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>gar nicht wichtig</i>
Alle Nationalitäten	358	48	37	11	3
Italien	75	52	40	8	0
Kosovo/Albanien	41	52	29	12	7
Türkei	37	60	24	16	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	36	44	39	11	6

4.3.4 Das Auffinden von Homepages für MigrantInnen

Wie Tabelle 3 bereits zeigte, wird das Internet von Migranten aus der Deutschschweiz als wichtigstes Medium beurteilt. Es bietet sich also durchaus an, Informationen, welche für MigrantInnen interessant und wichtig sind, auf einer geeigneten Internetseite zu platzieren. – Wie aber finden Nutzer mit Migrationshintergrund für sie interessante Internetseiten? Grafik 6 zeigt, dass je nach Nationalität der MigrantInnen unterschiedliche Strategien angewendet werden oder zum Erfolg führen. Während Migranten aus dem Balkan meist durch Bekannte oder Freunde auf eine Homepage gelangen oder durch Zufall beim Surfen auf eine solche stossen, suchen Internetnutzer aus der Türkei gezielt nach für sie interessanten Angeboten, ItalienerInnen wiederum finden eher durch Zufall beim Surfen für sie interessante Seiten.

Grafik 6: Auffinden von Homepages für Migrantinnen und Migranten



N alle= 361, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=43, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

4.4 Informationsbedürfnisse und Informationssuche

Zwar ist mit 27% schon ein Teil der befragten MigrantInnen in der Schweiz geboren worden und somit hier aufgewachsen; die Mehrheit jedoch kam aus dem Ausland in die Schweiz und benötigte somit nach der Einreise für die verschiedensten Lebensbereiche Informationen und Orientierung. Speziell interessant ist, wie gut die in der deutschen Schweiz lebende MigrantInnen mit verschiedenen Themen zurecht kommen, und wie sie sich informieren, wenn sie Auskünfte brauchen. Gefragt wurde darum: Wo gibt es „zentrale Schaltstellen für Informationen“? Und zu welchen Alltagsfragen hätten Migrantinnen und Migranten gerne mehr Informationen?

4.4.1 Das Zurechtfinden mit unterschiedlichen Themen

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die MigrantInnen nach ihrer eigenen Auskunft in fast allen Themenbereichen sehr gut zurechtfinden. Häufungen gibt es lediglich bei den Kosovo-AlbanerInnen welche bei verschiedenen Themenbereichen den grössten Anteil an „weniger gut“, oder „gar nicht gut“ informierten MigrantInnen aufweisen. So findet sich 1/5 der Kosovo-AlbanerInnen im Bereich Gemeinden, Behörden oder Ämter eher schlecht zurecht, 1/3 kommt weniger gut zurecht mit dem Wohnungsvermieter, ¼ mit dem Arbeitgeber oder Vorgesetzten, ebenfalls ¼ mit Schweizer Freunden und fast 1/5 mit Schweizer Nachbarn. Einzig die Italiener haben in einem Bereich mehr Mühe: Schule und Lehrkräfte.

Diese Resultate verdeutlichen, dass die **Gruppe der Immigranten aus dem Balkan im Umgang mit verschiedenen Themen Unterstützung braucht**, was gerade für ein Projekt wie konTAKT-net von Praxisrelevanz ist.

Tabelle 5: Wie gut findet man sich im Alltag zurecht: Behörden und Schule?

Angaben in %	N	Wie gut finden Sie sich im Alltag in der Schweiz zurecht?			
		<i>mit Gemeinden, Behörden, Ämtern</i>		<i>mit Schulen, LehrerInnen</i>	
		<i>sehr / ziemlich gut</i>	<i>weniger/ gar nicht gut</i>	<i>sehr / ziemlich gut</i>	<i>weniger /gar nicht gut</i>
Alle Nationalitäten	356	88	12	82	18
Italien	44	97	3	87	13
Kosovo/Albanien	14	80	20	87	13
Türkei	22	83	17	86	14
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	23	87	14	89	11

Tabelle 6: Wie gut findet man sich zurecht: Wohnungsvermieter und Arbeitgeber?

Angaben in %	Wie gut finden Sie sich im Alltag in der Schweiz zurecht?				
	N	mit Wohnungs- vermieterInnen		mit ArbeitgeberInnen, Vorgesetzten	
		sehr / ziemlich gut	weniger/ gar nicht gut	sehr / ziemlich gut	weniger / gar nicht gut
Alle Nationalitäten	338	82	18	86	14
Italien	35	93	7	95	6
Kosovo/Albanien	12	68	32	74	26
Türkei	18	75	25	78	22
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	17	75	25	89	11

Tabelle 7: Wie gut findet man sich zurecht: Schweizer Bekannte, Freunde, Nachbarn?

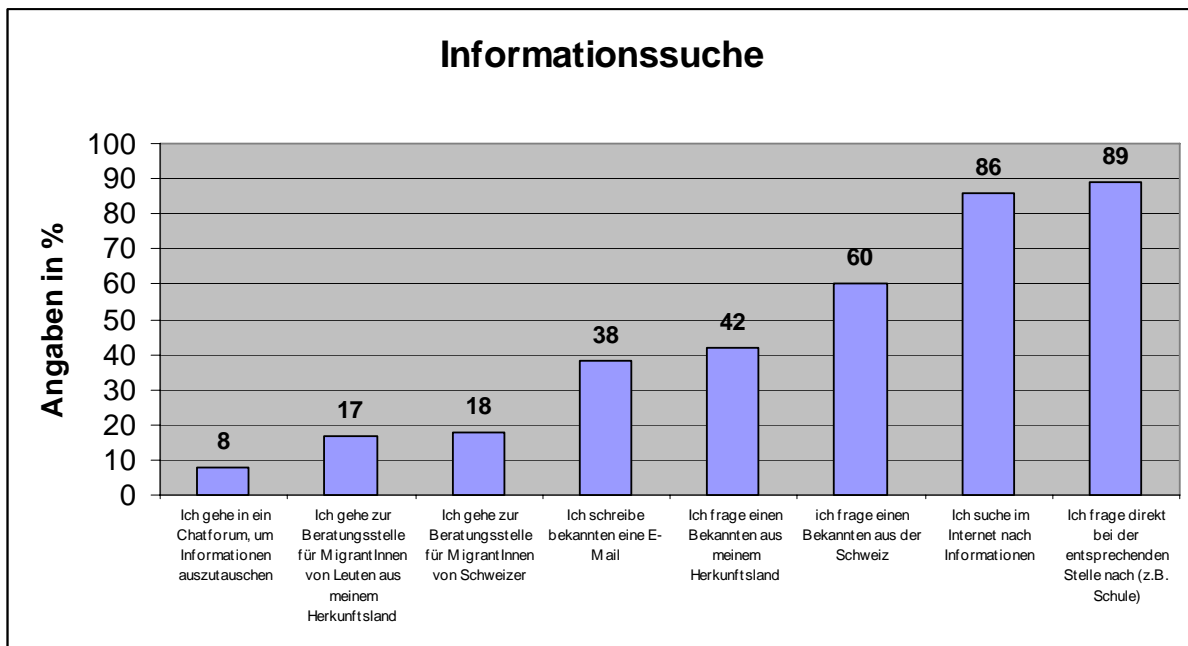
Angaben in %	Wie gut finden Sie sich im Alltag in der Schweiz zurecht?				
	N	mit Schweizer Bekann- ten, Freunden		mit Schweizer Familien, Nachbarn	
		sehr / ziemlich gut	weniger/ gar nicht gut	sehr / ziemlich gut	weniger / gar nicht gut
Alle Nationalitäten	349	89	11	85	15
Italien	48	96	4	93	7
Kosovo/Albanien	16	74	26	83	17
Türkei	21	95	6	83	12
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	25	92	8	89	11

4.4.2 Auf welchem Weg informieren sich MigrantInnen

Wer Informationen benötigt, braucht auch einen Weg, um an diese Informationen zu gelangen. In Grafik 7 ist für alle Migranten und Migrantinnen ausgewiesen, welche Wege bzw. Kanäle der Informationssuche im Allgemeinen benutzt werden. Ausgewiesen sind die Anteile „trifft sehr zu“ bzw. „trifft zu“.

Migrantinnen und Migranten fragen am häufigsten direkt bei der entsprechenden Stelle nach, von der sie eine Information brauchen. **Nach dem direkten Kontakt** steht überraschenderweise das **Internet bereits an zweiter Stelle**. Migranten benutzen somit das Internet häufig als Informationsquelle zur Lösung von Informationsproblemen. Auch hier deutet sich an, dass das Projekt conTAKT-net sich richtigerweise und erfolgversprechend für das Internet als Informationsquelle für MigrantInnen entschieden hat. Obwohl es sich beim Chatten auch um eine Aktivität handelt, für welche man das Internet braucht, steht der **wechselseitige Informationsaustausch in Chatforen aber an letzter Stelle**. Ein ebenfalls selten eingeschlagener Weg bei der Suche von Informationen sind die **speziellen Beratungsstellen für MigrantInnen**, und zwar egal, ob diese von SchweizerInnen oder von Leuten aus dem eigenen Herkunftsland angeboten werden.

Grafik 7: Auf welchem Weg informieren sich MigrantInnen der Deutschschweiz



N alle= 342

4.4.3 Für andere Personen im Internet etwas nachschauen

Etwa ¼ der befragten MigrantInnen wird sehr häufig gebeten im Internet für andere etwas nachzuschauen. Das Schlusslicht bilden die Schweizer (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund), denn sie geben nur zu 11% an, dass sie häufig darum gebeten werden. Dieses Resultat könnte durch die Tatsache erklärt werden, dass sich in der Schweizergruppe (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund) verschiedene „Ursprungsnationalitäten“ verbergen, und dabei der Effekt entfällt, dass vor allem bei eigenen Landsleuten nachgefragt wird.

Fazit: Migranten mit Zugang zum Internet benutzen dieses neue Medium als wichtige Informationsquelle nicht nur für sich, sondern dienen auch für Migranten ohne Zugang bzw. ohne Internet-Kompetenz **als Mediatoren**, wie die bereits bestehende Forschung andeutet.

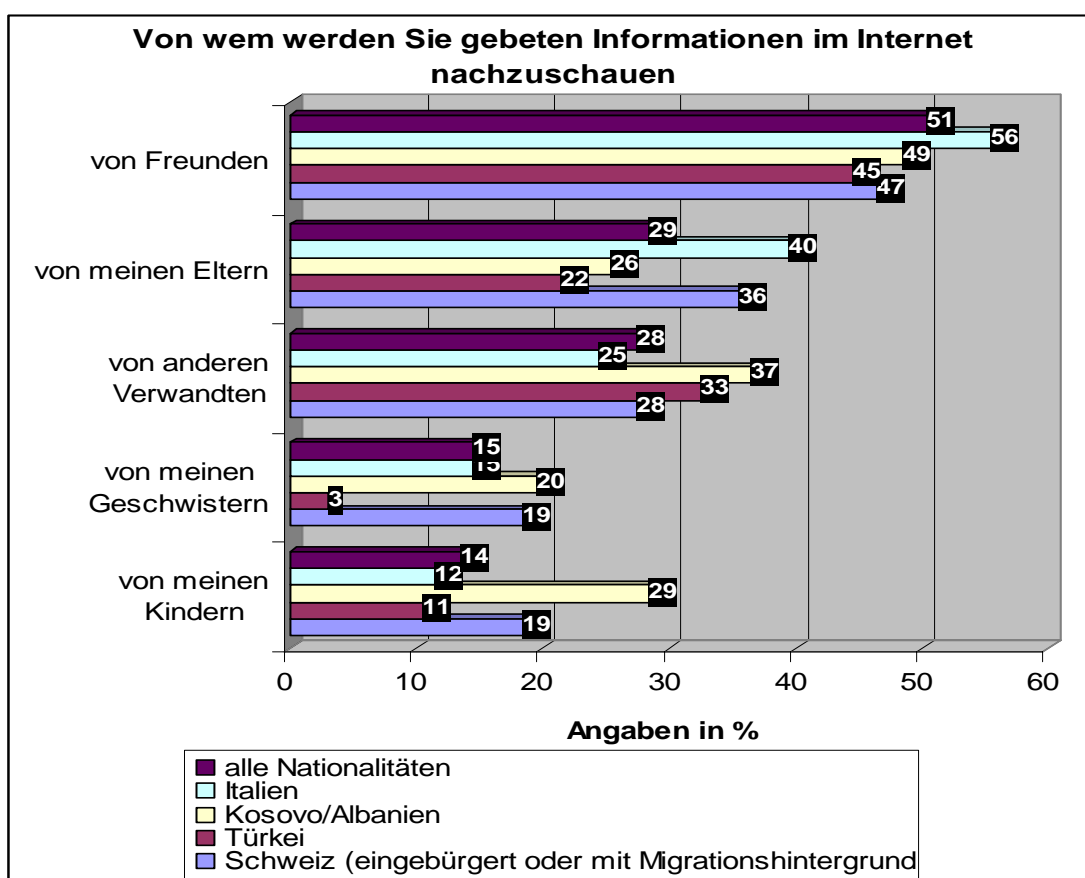
Tabelle 8: Rolle als Mediator: Wie häufig werden Sie gebeten, für andere Personen im Internet etwas nachzuschauen?

Angaben in %	N	Ich werde gebeten, für andere Personen im Internet etwas nachzuschauen			
		<i>sehr häufig</i>	<i>häufig</i>	<i>selten</i>	<i>nie</i>
Alle Nationalitäten	348	15	30	38	17
Italien	74	18	37	34	12
Kosovo/Albanien	36	19	19	45	17
Türkei	36	17	31	39	14
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	36	11	33	44	11

4.4.4 Von anderen Personen gebeten werden, im Internet etwas nachzuschauen

Meist werden kompetente Migrantinnen und Migranten **von Freunden gebeten**, etwas im Internet für diese nachzuschauen. Während ItalienerInnen und SchweizerInnen (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund) häufig von ihren Eltern gebeten werden, sind es bei den Kosovo-AlbanerInnen und TürkInnen häufiger andere Verwandte. Lediglich die Kosovo-AlbanerInnen werden zu einem Drittel auch von ihren Kindern darum gebeten im Internet für diese etwas nachzuschauen.

Grafik 8: Von wem werden Sie gebeten Informationen im Internet nachzuschauen?

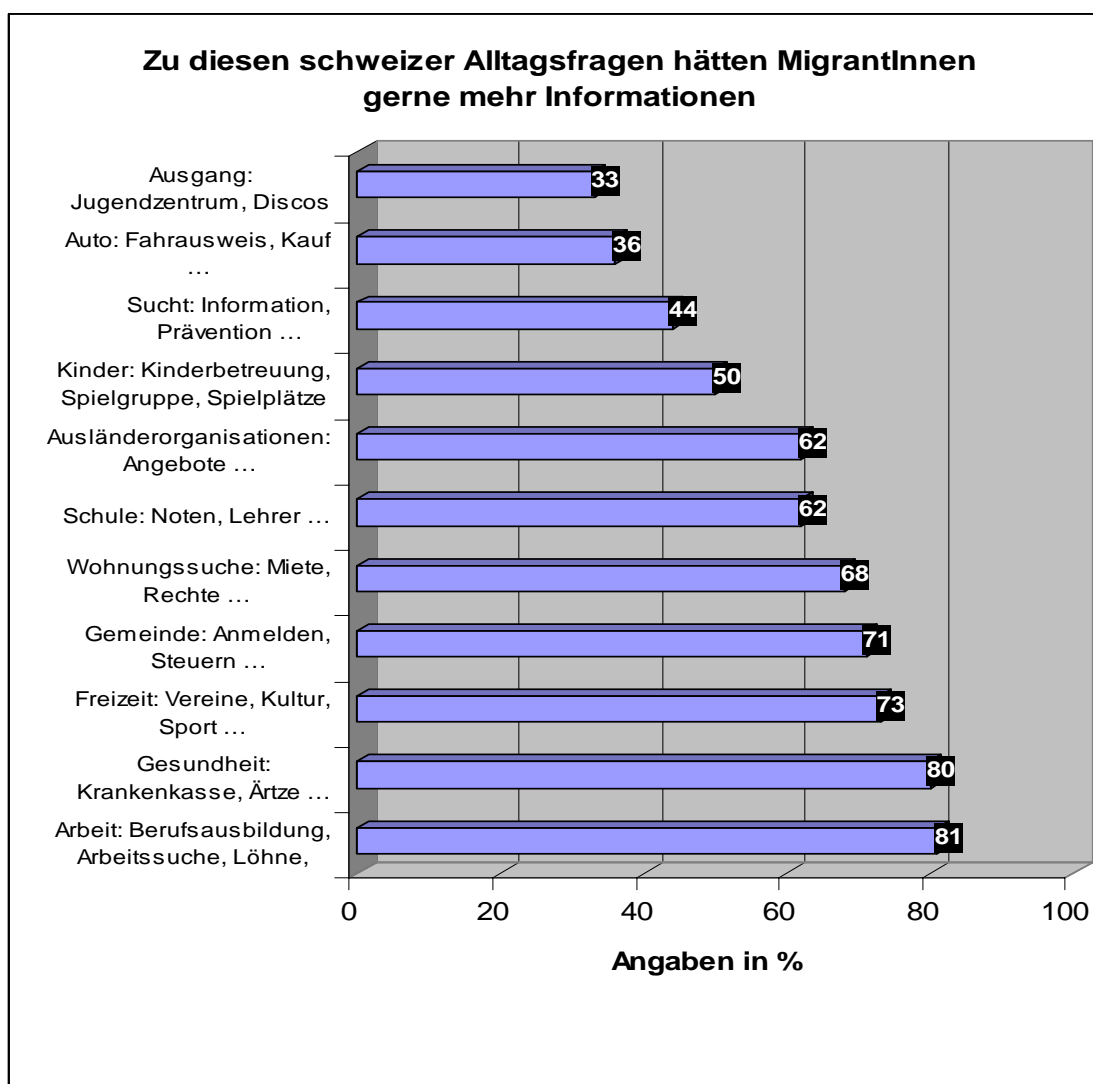


N alle= 345, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=35, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=36

4.4.5 Zu diesen Alltagsfragen wünschen sich MigrantInnen mehr Informationen

Zwar kennen sich viele Migrantinnen und Migranten in vielen Themenbereichen schon relativ gut aus, trotzdem besteht nach wie vor das Bedürfnis, zu bestimmten Themen besser informiert zu werden oder zumindest die Möglichkeit zu haben, sich besser zu informieren. Der Themenbereich „Arbeit: Berufsausbildung, Arbeitssuche, Löhne...“ ist für die befragten MigrantInnen bisher **am schlechtesten abgedeckt**. Dies dürfte unter anderem damit zusammenhängen, dass der Umgang mit dem Arbeitgeber nicht nur unproblematisch ist (siehe Tab. 6), und somit eine besonders hohe Hemmschwelle besteht, hier persönlich nachzufragen. Zudem sind MigrantInnen an Fragen in den Bereichen „Gesundheit“, „Freizeit“ und „Gemeinde“ interessiert. – Für das Projekt conTAKT.net bedeutet dies, dass in diesen vier Bereichen schwerpunktmässig alltagsrelevante Informationen angeboten werden sollten.

Grafik 9. Zu diesen Alltagsfragen hätten MigrantInnen gerne mehr Informationen



N alle= 334-355

4.5 Integration in der Schweiz – Brücken zum Heimatland

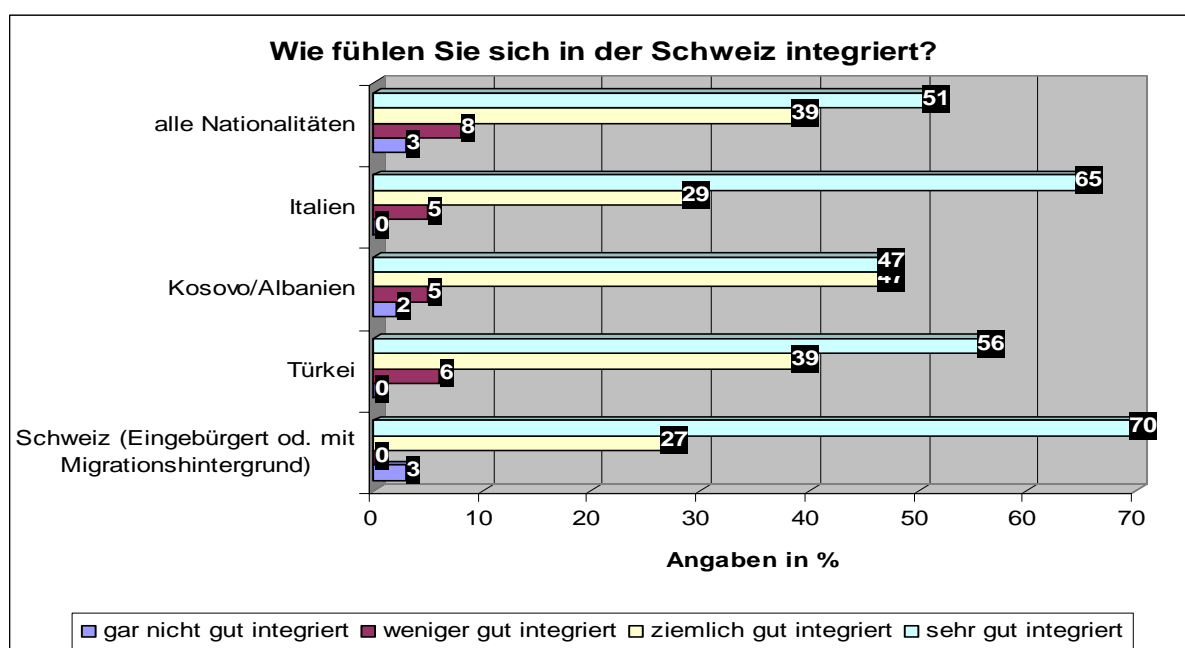
Nachfolgend werden spezifische Befunde zum **Bereich „Migration und Integration“** präsentiert. – Wie gut fühlen sich die in der Deutschschweiz lebenden Migrantinnen und Migranten integriert? Wie schätzen die befragten MigrantInnen ihre Deutschkenntnisse ein? Wie werden MigrantInnen in den Medien dargestellt, bzw. wie wird deren Medienpräsenz wahrgenommen und bewertet? Helfen die Medien bei der Integration in die Schweiz? Wie gefällt es den befragten MigrantInnen in der Schweiz? Welche Medien sind wichtig, um mit dem Heimatland in Verbindung zu bleiben?

4.5.1 Wie fühlen sich die MigrantInnen in der Schweiz integriert?

Da es sich bei der Integration um einen sehr komplexen und abstrakten Begriff handelt, wurden die Migrantinnen und Migranten nach ihrem subjektiven Empfinden in Bezug auf ihre Integration in die Schweiz befragt; was die verschiedene Migrantengruppen tatsächlich genauer unter „Integration“ verstehen, wurde in den Gruppendiskussionen detaillierter erörtert und diskutiert (siehe Kap 5.3).

Der grösste Teil der befragten MigrantInnen fühlt sich erfreulicherweise gut oder sogar sehr gut in der Schweiz integriert; nur wenige fühlen sich weniger gut integriert und nur ein verschwindend kleiner Anteil von weniger als 5% fühlt sich gar nicht gut integriert

Grafik 10: Wie fühlen Sie sich in der Schweiz integriert?



N alle= 361, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=43, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

4.5.2 Deutschkenntnisse der MigrantInnen in der deutschen Schweiz

Einer der wichtigsten Faktoren, um sich zu integrieren, ist das Verfügen über ausreichende Sprachkenntnisse; dies wurde auch in den Gruppendiskussionen mit Migrantinnen und Migranten deutlich (siehe Kap. 5.3). Die folgenden Tabellen und Grafiken zeigen **starke Unterschiede bezüglich der Deutschkenntnisse zwischen verschiedenen Migrationsgruppen**.

Fast 2/3 der TürkInnen geben an, über sehr gute schriftliche Hochdeutschkenntnisse zu verfügen. Bei den Kosovo-AlbanerInnen hingegen gibt dies nur 1/3 an, wobei dann entsprechend 1/5 angibt, nur über sehr geringe schriftliche Deutschkenntnisse (schriftlich) zu verfügen.

Tabelle 9: Einschätzung der Deutschkenntnisse: Hochdeutsch schriftlich

Angaben in %	N	Deutschkenntnisse Hochdeutsch (schriftlich)			
		<i>sehr gut</i>	<i>gut</i>	<i>mittel</i>	<i>gering</i>
Alle Nationalitäten	342	49	27	19	4
Italien	75	53	29	15	3
Kosovo/Albanien	43	33	21	26	21
Türkei	36	64	25	11	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	37	62	24	11	3

Bei der **Selbsteinschätzung des Hochdeutschen in der mündlichen Rede** werden generell bessere Bewertungen abgegeben als bei der Schriftsprache: Jeweils fast 2/3 der verschiedenen Migrantengruppen verfügen ihrer Meinung nach über sehr gute Kenntnisse. Einzig die Kosovo-AlbanerInnen geraten mit ihrer Einschätzung etwas ins Hintertreffen. Mit 30%, welche über sehr gute mündliche Hochdeutschkenntnisse verfügen, liegen sie unter der eigenen Einschätzung ihrer schriftlichen Deutschkompetenzen. Es bleiben denn auch noch 16% der Kosovo-AlbanerInnen, die ihre mündlichen Hochdeutschkenntnisse als gering einstufen, wobei zu beachten ist, dass im durchschnittlich nur 3% aller Nationalitäten ihre mündlichen Hochdeutschkenntnisse als gering einstufen.

Tabelle 10: Einschätzung der Deutschkenntnisse: Hochdeutsch mündlich

Angaben in %	N	Deutschkenntnisse Hochdeutsch (mündlich)			
		<i>Sehr gut</i>	<i>gut</i>	<i>mittel</i>	<i>gering</i>
Alle Nationalitäten	361	58	30	9	3
Italien	75	60	29	11	0
Kosovo/Albanien	43	30	33	21	16
Türkei	36	69	28	3	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	37	70	24	5	0

Schweizerdeutsch mündlich ist natürlich relativ schwierig zu sprechen, aber auch zu verstehen, gerade für MigrantInnen, welche sich noch nicht lange in der deutschen Schweiz aufhalten. Tendenziell zeichnet sich auch hier ein ähnliches Bild, wie bei den vorherigen Einschätzungen: Jeweils **mehr als die Hälfte** der ItalienerInnen, TürkInnen und SchweizerInnen (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund) geben an, **über sehr gute mündliche Kenntnisse des Schweizerdeutschen zu verfügen**. Wieder sind die **Migranten aus dem Balkan** (Kosovo-Albanien) im Hintertreffen, denn nur 21% verfügen nach eigener Einschätzung über sehr gute Kenntnisse, hingegen geben 36% an (bei den anderen Nationen zwischen 8%-21%), nur über geringe mündliche Schweizerdeutschkenntnisse zu verfügen.

Für das Projekt conTAKT.net ist dies sicher ein wichtiger Hinweis, denn Informationen können oft nicht in deutscher Sprache verstanden werden, da die Sprachkompetenzen bezüglich Deutsch häufig erst unzureichend ausgebildet sind.

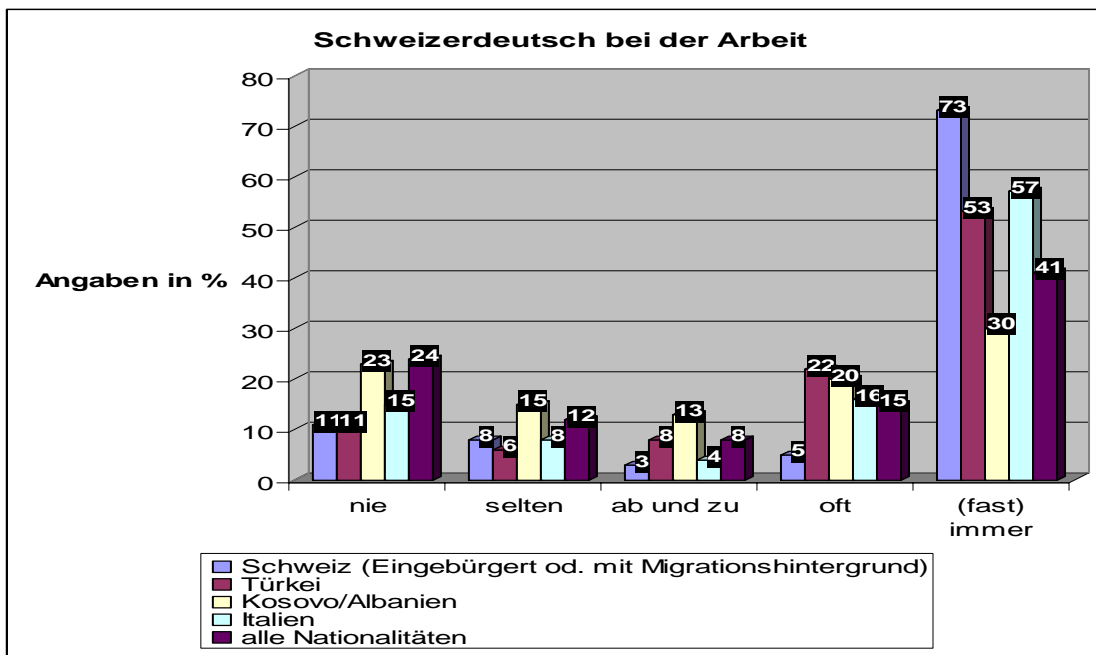
Tabelle 11: Einschätzung der Deutschkenntnisse: Schweizerdeutsch mündlich

Angaben in %	Mündliche Kenntnisse in Schweizerdeutsch				
	N	<i>sehr gut</i>	<i>gut</i>	<i>mittel</i>	<i>gering</i>
Alle Nationalitäten	361	36	24	20	21
Italien	75	56	21	9	13
Kosovo/Albanien	28	21	25	18	36
Türkei	36	52	17	19	11
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	37	54	30	8	8

Grafik 11 zeigt deutlich, dass es grosse Unterschiede darin gibt wie häufig die verschiedenen Nationalitätsgruppen **während des Arbeitens Schweizerdeutsch sprechen**. Während fast $\frac{3}{4}$ der SchweizerInnen (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund) fast immer Schweizerdeutsch sprechen, sind es bei den TürkInnen und ItalienerInnen etwas mehr als die Hälfte und bei den Kosovo-AlbanerInnen lediglich $\frac{1}{3}$.

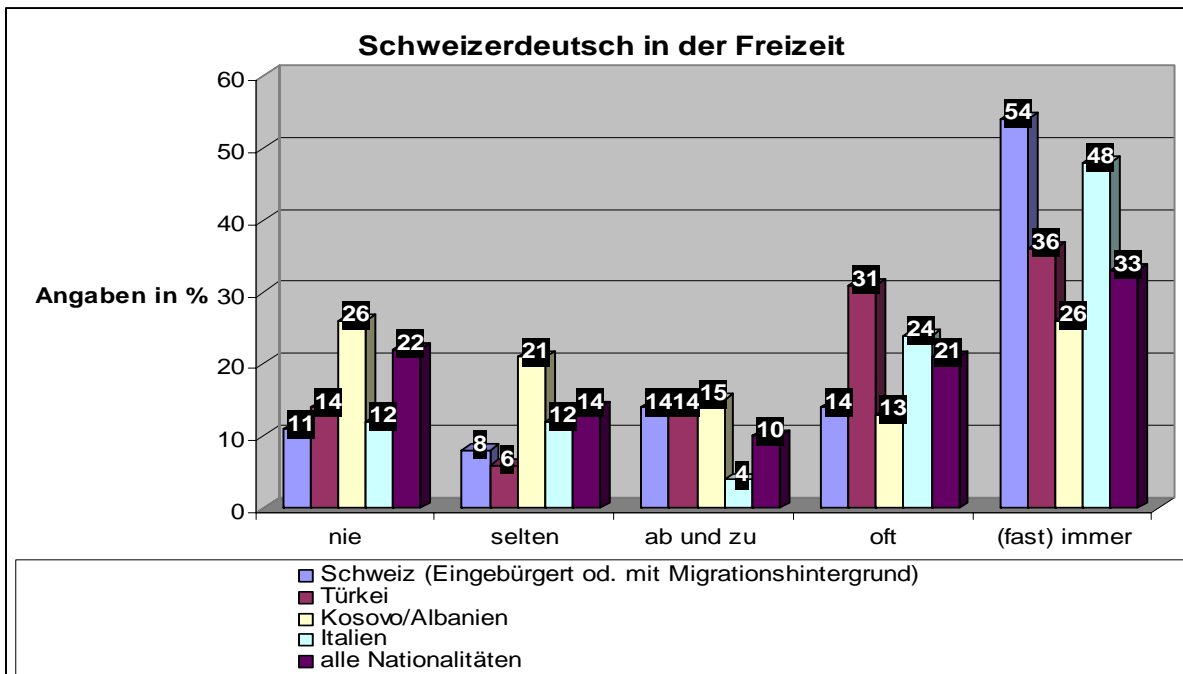
Im Alltag wird insgesamt ein bisschen seltener Schweizerdeutsch gesprochen (siehe Grafik 12) als während der Arbeit, der Anteil derjenigen die während der Arbeit nie Schweizerdeutsch sprechen, machen dies aber auch in ihrer Freizeit nicht. Es handelt sich hierbei wohl um diejenigen Personen, welche nicht über Schweizerdeutsche Kenntnisse verfügen (siehe Tabelle 11).

Grafik 11: Wie oft sprechen Sie bei der Arbeit Schweizerdeutsch?



N alle= 356, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=40, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

Grafik 12: Wie oft sprechen Sie in Ihrem Alltag Schweizerdeutsch?



N alle= 351, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=39, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

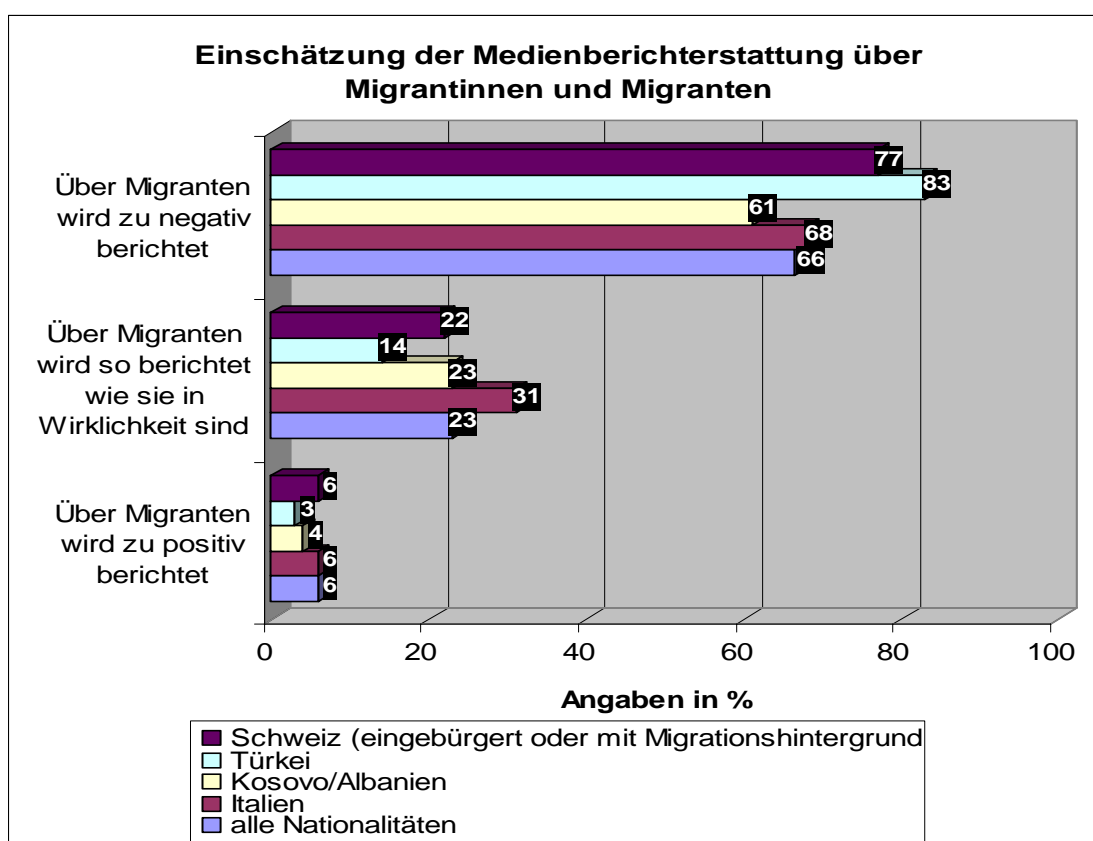
4.5.3 Wie werden MigrantInnen in den Schweizer Medien dargestellt?

Die Schweizer Medien stellen nach der eigenen Wahrnehmung und Bewertung der Befragten die in der Schweiz lebenden Migrantinnen und Migranten äusserst problematisch dar. Zwischen 61% und 83% der befragten MigrantInnen bewertet die Berichterstattung über Migranten als zu negativ (Kategorien: trifft sehr zu und trifft zu). – Besonders sensibilisiert reagieren dabei Befragte aus der Türkei und interessanterweise solche, die mit einem Migrationshintergrund in der Schweiz aufgewachsen sind.

Nur ein Anteil von rund einem Viertel findet, dass über Migranten so berichtet wird, wie diese in Wirklichkeit tatsächlich auch seien, und nur gerade etwa 5% empfinden das mediale Bild über MigrantInnen als zu positiv.

Grundsätzlich ist es so, dass über negative Ereignisse insgesamt häufiger berichtet wird als über positive, somit kommen MigrantInnen oft in Kombination mit Negativität in der medialen Berichterstattung vor.

Grafik 13: Wie werden MigrantInnen in den Schweizer Medien dargestellt?



N alle= 325, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=28, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=35

4.5.4 Helfen Medien bei der Integration?

Der These, ob Medien bei der Integration helfen können, stehen die MigrantInnen eher skeptisch gegenüber. Im Durchschnitt aller Gruppen meint nur gerade rund 1/3 (Kategorien „trifft sehr zu“ bzw. „trifft zu“), dass sie das Gefühl haben, dass Medien bei der Integration helfen.

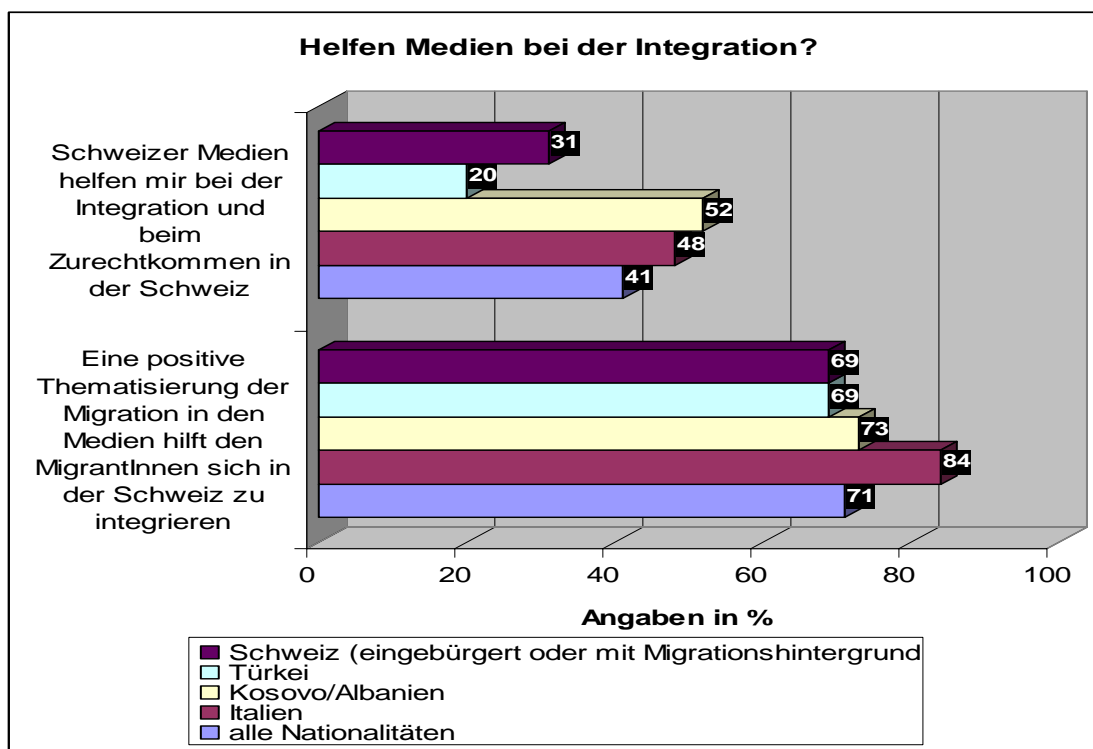
Die negativste Bewertung geben Migranten aus der Türkei ab, die mir 4/5 nicht davon überzeugt sind, dass Medien bei der Integration helfen. Diese Einschätzung verwundert kaum, denn 83% der TürkInnen geben an, dass die Darstellung der MigrantInnen in den Medien zu negativ sei (siehe Grafik 13).

Am positivsten eingestellt sind Migranten aus Kosovo-Albanien, welche den Medien immerhin zur Hälfte eine Integrationsfunktion zuschreiben. Dies erstaunt umso mehr, also auch von ihnen 2/3 die Darstellung der MigrantInnen in den Medien als zu negativ empfinden.

Der Integrationsbeitrag der Medien wird somit von den befragten Migranten mehrheitlich als ungenügend erachtet; ein positiver Integrationsbeitrag wird aber unterstützt.

Tendenziell einig sind sich hingegen alle befragten Migrationsgruppen darüber, dass eine vermehrte positive Thematisierung der Migration in den Medien, den MigrantInnen helfen würde, sich leichter in der Schweiz zu integrieren (siehe Grafik 14).

Grafik 14: Helfen Medien bei der Integration?

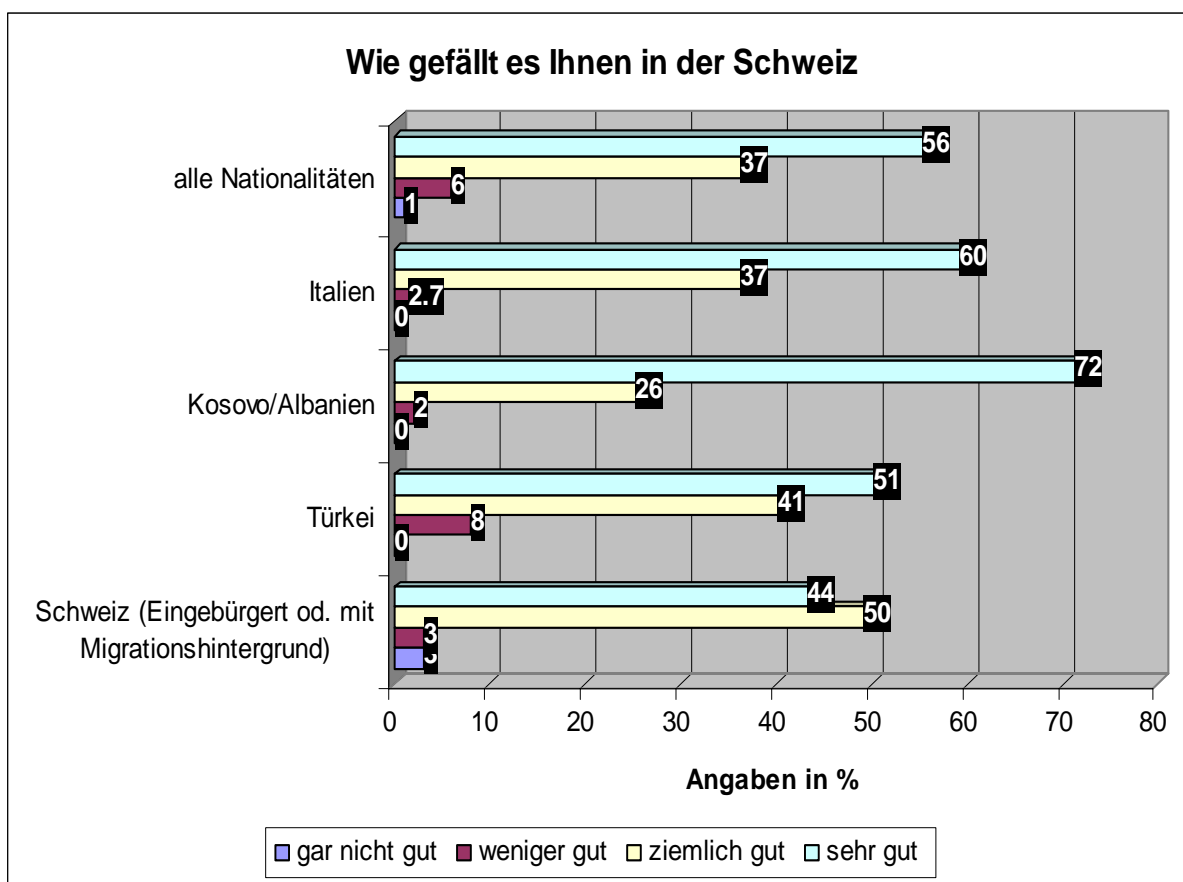


N alle= 333, N Italien=74, N Kosovo/Albanien=27, N Türkei=35, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=36

4.5.5 Wie gefällt es den MigrantInnen in der Schweiz?

Angesichts der generell als problematisch wahrgenommenen negativen Mediendarstellungen der Migranten erstaunt die persönliche Einschätzung des Wohlbefindens in der Schweiz: **Dem grössten Teil der befragten MigrantInnen gefällt es in der Schweiz sehr gut**, dem zweitgrössten Teil gefällt es ziemlich gut und nur einem sehr kleinen Teil gefällt es weniger oder gar nicht gut. Dies erstaunt wenig, denn die Grafik stimmt zu einem grossen Teil mit der Grafik 10 überein, welche die gefühlte Integration der befragten Migrantinnen und Migranten ausweist.

Grafik 15: Wie gefällt es den MigrantInnen in der Schweiz?

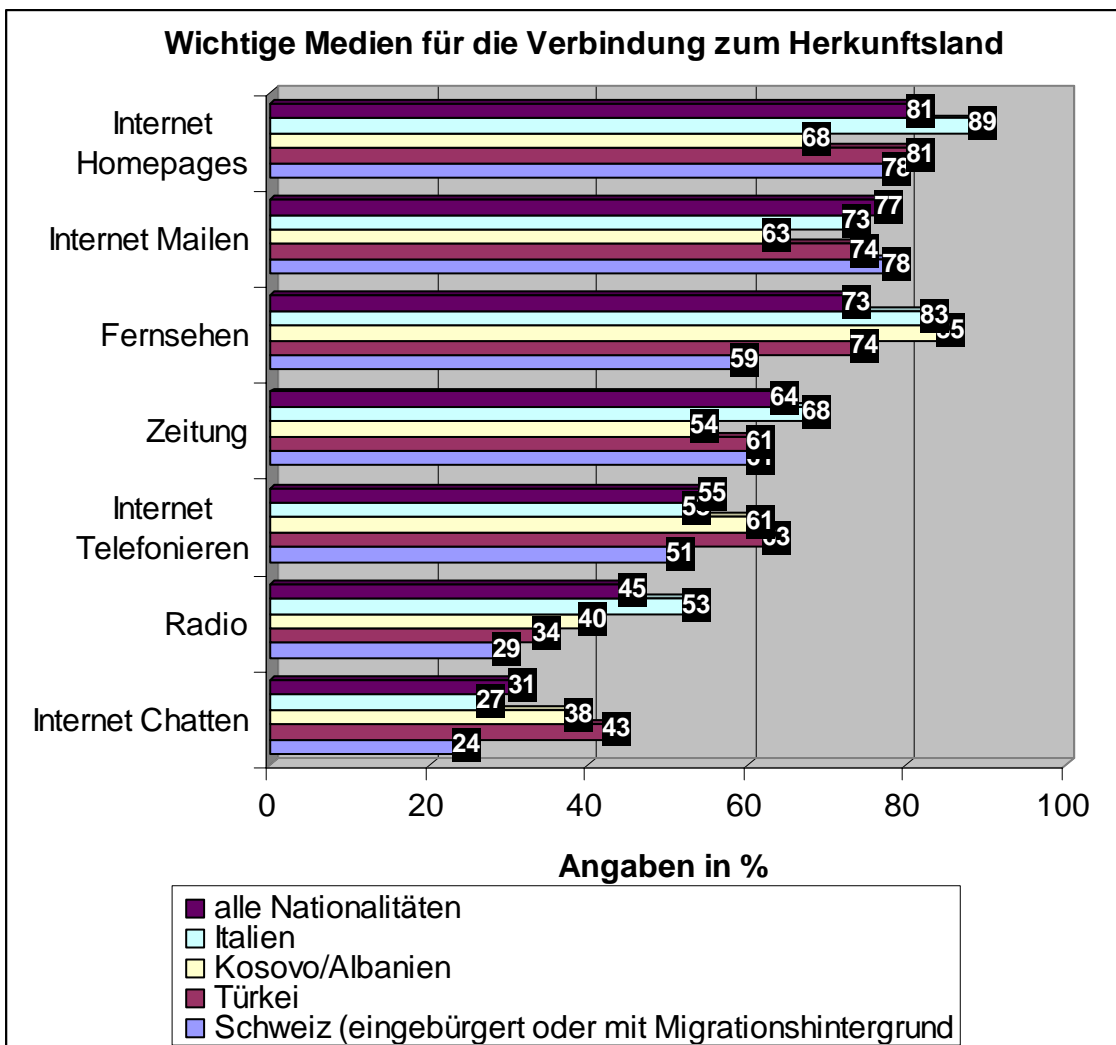


N alle= 3361, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=43, N Türkei=36, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

4.5.6 Welche Medien sind wichtig zur Verbindung mit dem Heimatland?

„Sehr wichtig“ oder „wichtig“ sind für die meisten Migrantengruppen **Homepages aus dem Herkunftsland** sowie das Internet ganz generell, um per Mail mit der ursprünglichen Heimat in Verbindung zu bleiben. Die Verbindung zum Herkunftsland äussert sich auf zwei verschiedenen Ebenen: zum einen im Wunsch nach **Informationen zum aktuellen** Geschehen im Heimatland und zu anderen, um **in Kontakt mit den Bekannten und Verwandten des Herkunftslandes** zu bleiben.

Grafik 16: Wie wichtig sind folgende Medien, um in Verbindung mit dem Herkunftsland zu bleiben?



N alle= 3361, N Italien=75, N Kosovo/Albanien=40, N Türkei=35, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=37

4.6 Zusammenfassung der schriftlichen Befragung in der Deutschschweiz

Zielsetzung, Fragestellung und Methodik: Mittels einer Befragung wurden verschiedenste Aspekte des Medienumgangs von Migranten in der Schweiz wie Medienausstattung (1), Nutzung der klassischen Massenmedien Presse, TV, Radio (2) und des neuen Mediums Internet (3) sowie spezifische Informationsbedürfnisse und Informationssuche (4), aber auch die Wahrnehmung und Bewertung der Medienberichterstattung über Migranten (5) untersucht.

Methodik: Es handelt sich um eine standardisierte schriftliche Online-Befragung, ergänzt durch eine Papier-Version des Fragebogens. Die Internet-Adresse des Online-Fragebogens wurde im Schneeballverfahren im Sommer und Herbst 2007 möglichst breit gestreut, und zwar unter Verwendung der Adressen von Ausländer- und Migrationsvereinen. Die Papier-Version des Fragebogens konnte auf Wunsch angefordert werden, wurde aber auch aktiv gestreut. Total wurden 118 E-Mails und 314 Briefe mit Hinweis auf die Befragung verschickt.

Stichprobe: Insgesamt konnten 302 vollständig ausgefüllte Online-Fragebogen und 60 vollständig ausgefüllte Papierfragebogen ausgewertet werden. Die **total 362 auswertbaren Fragebogen** verteilen sich relativ gleichmässig über die verschiedenen Altersgruppen; Frauen waren mit 56% leicht und hoch gebildete Personen deutlich übervertreten (48% mit Universitäts- oder Fachhochschulbildung). Bezüglich des Wohnorts zeigte sich mit 56% ein Schwerpunkt im Kt. Zürich. Die Nationalitäten variierten ebenfalls stark, wobei Personen aus Italien (21%), Ex-Jugoslawien (12%), Türkei (10%), Deutschland (8%) und Spanien/Portugal (7%) am stärksten vertreten waren. – Die Stichprobe ist in sozialer und ethnischer Hinsicht zwar gut gemischt, es dominieren jedoch Migranten, die über eine hohe formale Bildung verfügen.

Wichtige Befunde:

- **Medienausstattung:** Die Versorgung der Migranten mit Massenmedien kann als sehr gut bezeichnet werden; sie hat sich im Vergleich zur Medienausstattung im Herkunftsland deutlich verbessert. Insbesondere ist der Zugang zu Computer und Internet hoch (über 90%), mit Ausnahme von Personen aus dem Balkan (70%).
- **Mediennutzung und subjektive Wichtigkeit der Medien:** Die Medien spielen im Leben der Migranten eine wichtige Rolle, wobei überraschend das **Internet noch vor Presse und Fernsehen** als subjektiv wichtigstes Medium bewertet wird. Beinahe zwei Drittel der Befragten nutzen dementsprechend das Internet (fast) täglich.
- **Sprache der Mediennutzung:** Die Nutzung der Medien erfolgt mehrheitlich in deutscher Sprache, wobei Migranten aus Italien und dem Balkan am stärksten TV-Programme komplementär auch in ihrer Heimatsprache nutzen. Generell kann somit von **keinem Medienghetto** gesprochen werden. Konsonant dazu werden die eigenen mündlichen Sprachfertigkeiten

keiten sowohl in Hochdeutsch als auch Dialekt als gut eingeschätzt, mit Ausnahme der Migranten aus Ex-Jugoslavien.

- **Informationsstand und Integration:** Die meisten Migranten, welche an der Befragung teilgenommen haben, **finden sich im Alltag in der Schweiz sehr oder mindestens ziemlich gut zurecht**. Bei Migranten aus dem Balkan und der Türkei ist der Anteil jener mit 20% bis 30% am grössten, welche sich weniger oder sogar gar nicht gut zurechtfinden. Konsonant dazu gibt die Hälfte an, in der Schweiz sehr gut integriert zu sein.
- **Informationsbedürfnisse:** Die befragten Migranten hätten gerne mehr Informationen zu Bereichen wie **Arbeitssituation** (81%) und **Gesundheit** (80%), aber auch **Freizeit** (73%), **Gemeindeangelegenheiten** (71%) und **Wohnungsfragen** (68%).
- **Wege der Informationsbeschaffung:** Migrantinnen und Migranten informieren sich **am häufigsten direkt persönlich** bei den entsprechenden Stellen (89%) oder sie suchen **im Internet** (86%) nach Informationen, wenn sie Fragen zu Alltagsproblemen haben. Von Relevanz sind ebenfalls Bekannte aus der Schweiz (60%) oder Bekannte aus dem Herkunftsland (40%).
- **Migranten mit Online-Zugang fungieren häufig als Mediatoren:** Knapp die Hälfte der Migranten mit Zugang zum Internet und/oder Fertigkeiten im Umgang mit dem Internet wird häufig von anderen Personen gebeten, für diese etwas im Internet nachzuschauen.
- **Kritische Wahrnehmung und Bewertung der Integrationsleistung der Medien:** Zwei Drittel der Befragten finden, dass in den Schweizer Medien über Migranten zu negativ berichtet wird; die Kritik am Medienbild der Migranten ist mit rund 80% am Negativsten bei Migranten aus der Türkei und bei (eingebürgerten) Schweizern mit Migrationshintergrund. Dementsprechend besteht **Skepsis** in Bezug auf die Frage, **ob die Schweizer Medien bei der Integration und beim Zurechtkommen in der Schweiz auch tatsächlich helfen**. Allerdings finden die meisten, dass eine positive Thematisierung der Migration in den Medien zur Integration beitragen würde.
- **Verbindung mit dem Heimatland:** Das Internet und E-Mails einerseits, aber auch Fernsehsendungen andererseits sind für die meisten Migranten wichtige und regelmässig genutzte Medien bzw. Informationskanäle, um weiterhin mit dem Heimatland in Verbindung zu bleiben.

5. Gruppendiskussionen mit MigrantInnen in der Deutschschweiz

5.1 Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Gruppendiskussion

Insgesamt wurden zwölf Gruppengespräche, jeweils getrennt nach Frauen und Männern, in fünf Gemeinden der Deutschschweiz durchgeführt. Total nahmen 50 Migrantinnen und Migranten daran teil. Die Gruppengespräche waren nach einem Leitfaden strukturiert, wurden aufgezeichnet und für die Auswertung transkribiert. Sie sollten die Befunde aus der standardisierten Online-Befragung sowohl vertiefen als auch um neue Aspekte erweitern.

Datum	Ort	Nationalität	Anzahl/Geschlecht
4. Juli	Flawil	Kosovo/Albanien	4/weiblich
4. Juli	Flawil	Kosovo/Albanien	3/männlich
4. Juli	Flawil	Portugal	4/weiblich
4. Juli	Flawil	Portugal	2/männlich
10. September	Liestal	Sri Lanka	4/weiblich
10. September	Liestal	Sri Lanka	5/männlich
9. Oktober	Zürich	Spanien	7/ weiblich
9. Oktober	Zürich	Spanien	5/männlich
5. November	Zug	verschiedene	6/ weiblich 2/männlich
14. November 2007	Kriens	Ex-Jugoslavien	4/ weiblich
14. November 2007	Kriens	Ex-Jugoslavien	4/ männlich

5.2 Immigrationsgründe von Migrantinnen und Migranten

Warum wandern Migrantinnen und Migranten in die Schweiz aus, resp. ein? Warum verlassen sie ihre Heimatländer? Machen sie dies freiwillig, oder werden sie durch äussere Umstände dazu gezwungen? – Im Verlauf der Gruppendiskussionen wurde deutlich, dass es vor allem **drei Gründe** gibt, das Heimatland zu verlassen und **in die Schweiz zu immigrieren**: Zum einen suchten die Einwanderer bessere wirtschaftliche Verhältnisse, zum zweiten hatten sie die Möglichkeit, über Familiennachzug in die Schweiz zu kommen oder sie hatten bereits andere Bekannte oder Verwandte in der Schweiz, oder zum dritten gaben politische Motive den Ausschlag dafür, das eigene Land zu verlassen.

Grund 1: Wirtschaftliche bessere Verhältnisse

Einer der wichtigsten Gründe für die Migration in die Schweiz sind bzw. waren wirtschaftlicher Natur, wie die folgenden Aussagen belegen: „Also ich bin eigentlich aus ökonomischen Gründen im Jahr 88 in die Schweiz gekommen, als Saisonier“ (Mann aus Ex-Jugoslavien). „Also um besser leben zu können“ (Mann aus dem Kosovo); „Aus ökonomischen Gründen“

(Mann aus Spanien). Interessant ist, dass wirtschaftliche Beweggründe nur von Männern explizit genannt werden. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass sie die traditionelle Rolle des Familienernährers innehaben und somit auch für das wirtschaftliche Wohlergehen der Familie zur Hauptsache verantwortlich sind.

Grund 2: Familiennachzug bzw. bereits Verwandte & Bekannte in der Schweiz

Wer in der Schweiz lebt und arbeitet, hat auch das Bedürfnis, seine Familie nachkommen zu lassen. *„Ich kam per Familiennachzug. Meine Eltern waren schon da, und ich bin 1982 mit meinem Bruder hierher gekommen“* (Frau aus Indien). *„Ich bin vor 7 1/2 Jahren, also Ende 1999, in die Schweiz gekommen mit meiner Mutter als Familiennachzug. Mein Vater und Bruder haben schon hier gelebt...“* (Frau aus Indien). *„Ich bin eigentlich freiwillig hier, also freiwillig ist übertrieben gesagt, aber nicht gezwungen worden. Mein Vater hat einfach den Familiennachzug eingereicht, und dann kam die ganze Familie, durfte in die Schweiz einreisen“* (Mann aus Ex-Jugoslawien). Nicht nur der „direkte“ Familiennachzug ermöglicht vielfach eine Einreise in die Schweiz. Wer bereits andere Verwandte in der Schweiz hat, bei dem ist die Hemmschwelle deutlich tiefer, ebenfalls in die Schweiz einzuwandern, denn man kennt ja schon jemanden hier: *„In der Schweiz hatte ich ein paar Cousins und zuerst kam ich einmal 4 Monate mit der Arbeitsbewilligung in Zofingen. Dann kam ich neu nach Flawil, dort begann ich neu zu arbeiten bei ... einer Baufirma. Dann machte ich die Jahresbewilligung, jetzt arbeite ich als Galvaniseur im Spar“* (Mann aus dem Kosovo). *„Also mein Vater war damals in der Schweiz, und deshalb habe ich gedacht, wäre die Schweiz für mich eine bessere Gelegenheit. Und seitdem bin ich hier in der Schweiz und arbeite und Familie und Kinder und alles“* (Mann aus dem Kosovo). *„Hier ist auch mein Onkel und dann habe ich ihm gesagt: für 2 Monate Arbeitsbewilligung, die er mir machen soll, denn ich möchte auch mal in die Schweiz arbeiten gehen. Dann kam normale Arbeitsbewilligung und dann bekam ich die Aufenthaltsbewilligung, dann war ich immer hier“* (Mann aus dem Kosovo). *„Ich war zuerst 7 Jahre in Deutschland und bin dann durch meine Frau hierher“* (Mann aus dem Kosovo). – Männer und Frauen verschiedenster Nationalitäten profitieren somit von der Möglichkeit, durch den Familiennachzug in die Schweiz zu kommen. Wiederum sind es aber die Männer, welche initiativ sind und eher in die Schweiz kommen, weil sie bereits andere Verwandte hier haben. Dabei geht es letztlich darum, in wirtschaftlich besseren Verhältnissen leben zu können.

Grund 3: Politische Verhältnisse

Kriegsverhältnisse im eigenen Land, politische Missstände oder Diktaturen tragen ebenfalls dazu bei, die Menschen zur Flucht zu zwingen. *„Ich bin zuerst nach Deutschland ausgewandert, zwar politisch, weil ich in dieser Zeit in Militär hätte müssen, kämpfen[...] Ich wusste, meine Eltern waren in Deutschland über 30 Jahre. Also war ich nicht aus wirtschaftlichen Gründen, weil dort wo ich war, hatte ich es gut, war in der Universität. Deswegen bin ich für*

kurze Zeit abgehauen. Und wie Sie sehen, bin ich immer noch hier“ (Mann aus dem Kosovo). „Aus politischen Gründen“, „Ich auch“, „Alle eigentlich“, „ Ich habe in Sri Lanka Biologiewissenschaften studiert, aber ich konnte nicht fertig abschliessen, wegen dem Krieg dort, dann bin ich in die Schweiz geflüchtet [...]“ (4 Männer aus Sri Lanka). Häufig führte auch nicht nur ein Grund zu einer Auswanderung aus dem Heimatland, sondern eine Kombination von verschiedenen Gründen: „... ja dazu noch politische Sachen, ich war Student damals, habe ich in [...] studiert, dann viele von uns wurden in Gefahr und mussten wir neue Wege finden und das war entweder oder: entweder Gefängnis oder raus gehen“ (Mann aus Ex-Jugoslawien). „... nachher und ich habe mir mein Leben nie vorgestellt, dass ich irgendwann in ein anderes Land muss, für mich war es ein Muss... “ (Frau aus Ex-Jugoslawien).

Weitere Gründe

Natürlich gibt es eine Vielzahl verschiedenster individueller Gründe, ein Land zu verlassen und in ein anderes einzuwandern. So gibt es auch Menschen, die aus Abenteuerlust ihr eigenes Land verliessen und dann in der Schweiz blieben: *„Einfach um die Schweiz kennen zu lernen“ (Frau aus Spanien). „Ich wollte einfach so und dann habe ich hier meinen Mann kennen gelernt und dann habe ich geheiratet, nachher meine Familie hier, 2 Söhne und eine Tochter. Und jetzt bleibe ich mit der ganzen Familie hier. [...]“ (Frau aus Spanien).*

Darüber hinaus gibt es auch Menschen mit einem Migrationshintergrund, die schon hier in der Schweiz aufgewachsen sind, also Menschen der 2. Generation, die nicht selber eingewandert sind: *„Aber man fühlt sich hier trotzdem immer ein bisschen als Ausländer, das muss man schon sagen. Obwohl man hier aufgewachsen ist“ (Frau aus Portugal).*

5.3 Was bedeutet Integration?

Was bedeutet Integration für in der Schweiz lebende Migranten, und wie fühlen sie sich selbst integriert? Was sind die wesentlichen Aspekte von und für Integration? Ist es schwierig sich in der Schweiz zu integrieren?

Von vielen Migrantinnen und Migranten wird „Integration“ in den Gruppendiskussionen als Anpassung an die schweizerische Gesellschaft verstanden. Zwar werden die Kontakte zu Schweizern als sehr wichtig eingestuft, und da ist ganz klar die Initiative und das Engagement der MigrantInnen gefragt, gleichzeitig sollten sich aber auch die SchweizerInnen offen für andere Kulturen zeigen. Integrationsprobleme gibt es vor allem, weil man sich nicht verständigen kann, Sprachkompetenzen also erst erworben werden müssen.

Integration als Anpassung an die Schweizer Kultur

Die meisten Teilnehmer der Gruppendiskussionen verstehen „**Integration**“ als einen Prozess: *„Ja, integrieren, das heisst, man kann jeden Tag integrieren, verbessern, ja jeden Tag*

lernt man etwas neues, das hört ja nie auf, für alle ja. Und vor allem für uns als...“ (Frau aus Ex-Jugoslawien). Gleichzeitig muss man sich **an die schweizerische Kultur anpassen**, damit man sich integrieren kann: *„Ja, also ich finde einfach es ist wichtig, dass man sich an die Kultur anpasst, ganz klar“* (Frau aus Portugal). **Ein möglichst unauffälliges Verhalten gilt als Anpassung:** *„Ich habe nicht so Probleme, man muss einfach leben wie das andere Volk [...]“* (Mann aus Portugal). *„Anpassen, also zuerst mit der Kultur, mit den Leuten, die hier leben, dann lebe ich gleich wie sie. Oder es gibt keinen Unterschied zwischen einem Schweizer, der hier lebt, und zwischen mir. Von bspw. wohnen, essen etc. von allem. Vielleicht gibt es ein bisschen Probleme mit der Sprache, weil man hört, wenn man Ausländer ist, aber vom integrieren her, nehme ich an, ist es nicht so“* (Mann aus dem Kosovo). Einige MigrantInnen gehen gar so weit, dass sie ihre eigene Kultur eher verstecken: *„... und ja auch zum Beispiel unsere Gewohnheiten, die muss man nicht anderen zeigen, was wir vielleicht, unsere Tradition oder Kultur... ja, muss man nicht unbedingt zeigen“* (Frau aus Ex-Jugoslawien).

Kontakte

Um Kontakte zu knüpfen braucht es natürlich immer zwei Seiten. Es geht hier darum, dass man aufeinander zugehen kann, ohne zu viele Vorurteile zu haben. *„Integriert heisst, dass wir als Ausländer mit den Schweizern zusammen aufeinander eingehen müssen“* (Mann aus Sri Lanka). *„Für die Integration sind beide Seiten wichtig, als Schweizer und wir“* (Mann aus Sri Lanka). *„Eben der Kontakt mit Leuten und so ein bisschen Vereine vielleicht, selber bin ich auch in einem Verein“* (Frau aus dem Kosovo).

Sprache

Damit Kontakte überhaupt möglich sind, muss man **die gleiche Sprache sprechen:** *„Auf alle Fälle die Sprache, dass man die Sprache kann und sich irgendwie anpassen“* (Frau aus Portugal). Dies ist aber nicht für alle Migrantengruppen gleich einfach. *„Wir haben Probleme zu lernen, es ist eine ganz andere Sprache, ganz andere Buchstabe. Unsere Frauen, 50% können gar nicht deutsch sprechen. Weil es ist schwierig zu lernen, wir haben keine alphabetischen Buchstaben. Und auch wenn die Frauen herkommen und 2, 3 Kinder bekommen, sie können keinen Deutschkurs besuchen, und ehrlich gesagt, manchmal haben sie auch keine Lust deutsch zu lernen, deshalb können sie sich nicht integrieren“* (Mann aus Sri Lanka).

Schwierigkeiten bei der Integration

Will man sich in einem Land integrieren, ist dies nicht immer einfach und auch mit Frustration verbunden: *„Ich bin 19 Jahre hier. Zu mir kam kein Schweizer, der mich als Ausländer unterstützen wollte. Ich habe bis jetzt einfach selber alles gemacht. Über Integration wird soviel geredet, im Fernsehen, in den Zeitungen und überall. Ich bin Ausländer, aber ich fühle mich als Ausländer in der Schweiz einsam. Wenn es ums Arbeiten geht in der Firma, dann gibt man mir das, aber sonst nichts. 5 oder 6 nach Hause gehen. Ich kenne schon noch viel in*

*Flawil, ich begrüsse jeden und rede mit jedem, aber zum Beispiel, etwas zum Unterstützen oder so“ (Mann aus dem Kosovo). **Die Integration scheint verschiedenen Gruppen unterschiedlich gut zu gelingen**, zumindest wird dies von MigrantInnen selbst so gesehen: „Also wir sind Tamilen, und die haben mit den Schweizer Leuten nicht so grosse Probleme, aber Ausländer, zum Beispiel Kroatien, Albanien oder andere Nationalitäten, sie sind alle Ausländer [...] angucken, sie sind noch nicht in der Schweiz integriert“ (Mann aus Sri Lanka). **Das unterschiedliche Aussehen anderer Nationalitäten** führt auf Schweizer Seite zu distanzierendem oder komischem Verhalten: „Ich hatte auch Schwierigkeiten, dass gewisse Leute wegen der Hautfarbe Probleme hatte. Aber wenn man jeden Tag mit ihnen redet, bekommen sie auch ein Verständnis dafür, warum wir hier sind. In letzter Zeit ist es sehr gut, ich habe fast keine Probleme mit Leuten“ (Mann aus Sri Lanka).*

Andere wiederum bewerten den **Integrationsprozess eher optimistisch** und denken gar, dass dieser **quasi automatisch stattfindet**: „Also ich sage immer: In einem Land, in dem man mehrere Jahre lebt, ist man von allein integriert, ob man will oder nicht, das geht automatisch. Meine Kinder zum Beispiel reden miteinander nur deutsch und ich jetzt fast auch die ganze Zeit, es muss integriert werden, ob man will oder nicht, das kann man nicht stoppen. Es gibt Leute, die schnell integriert werden und Leute, bei denen es langsamer geht. Auf meiner Seite geht es ein bisschen schneller, weil ich jung bin und sehe die Welt mit anderen Augen“ (Mann aus dem Kosovo).

Integration ist ein Prozess der auf vielen verschiedenen Ebenen abläuft: Chancengleichheit in Bezug auf berufliche Zugänge werden beispielsweise ebenfalls als gelungene Integration bezeichnet: „Also für mich heisst es, du hast die Sprache erwähnt, nicht nur, aber es ist auch wichtig, dass man da integriert ist, sonst kann man ja nicht mit der Mehrheitsgesellschaft kommunizieren, sich verständigen. Also das ist auch ein Punkt, dass man integriert ist, und dann ist es auch, dass man nicht nur unter der eigenen Community ein Netzwerk hat und drinnen bleibt, sondern sich öffnet und mit den anderen sich mischt. Also, dass man eben mit der Mehrheitsgesellschaft sich mischt. Zum Beispiel, wenn wir Sri Lanka nehmen, für mich ist die tamilische Bevölkerung, sagen wir mal die Mehrheit, nicht integriert, weil es kam eine Studie im 2006 im Kanton Zürich, dass 75% der tamilischen Leute im Gastronomie Bereich arbeiten, also sie sind Tellerwäscher von Anfang bis jetzt, sie leben ja lange in der Schweiz und sie sind immer noch Tellerwäscher geblieben, das ist für mich keine Integration. Und das gilt auch für die anderen, wenn sie nicht vorwärts kommen im Leben, dann haben sie sich also nicht integriert in der Schweiz“ (Frau aus Indien).

5.4 Welche Informationsbedürfnisse gibt es?

Wer in ein neues Land kommt braucht Informationen zu allen möglichen Lebensbereichen des Alltags. Für die befragten MigrantInnen war jedoch die **Art und Weise viel wichtiger, über wen oder durch welche Organisation sie Informationen erhielten**, als die einzelnen Bereiche, zu denen sie Informationen wünschen.

Welche Informationen sind wichtig?

In erster Linie möchten MigrantInnen **etwas über die Schweizer Kultur erfahren und lernen**, denn oft wissen sie nicht so genau, wie man sich in der Schweiz in Alltagssituationen verhält und **was als „normal“ gilt**: *„Wichtig ist die Information über die Kultur des Schweizer Volkes, wenn ein neuer Immigrant kommt“* (Mann aus Portugal). Diese Informationen erhält man aber auch häufig schon bei der Einreise: *„Aber trotzdem, ich finde es hat auch positive Seiten, dass man damals als ich hierher kam, enorm viele Informationen bekommen habe, wie man hier lebt. Sie waren auch sehr flexibel. Sie haben nicht gesagt, wo gibt es Folklore Musik, diese Musik hatte ich nie und ich habe selber gesucht und im Emmental gibt es diese Schwinger-Clubs und so weiter. Aber sie haben mehr Informationen gegeben, wo gibt es englische Kurse und so weiter. Alles haben sie in einer Broschüre im Volkswirtschaftlichen Departement und dann kann man das bei ihnen bestellen“* (Mann aus Indien). **Die nahe Wohnumgebung interessiert die neuen MigrantInnen besonders**: *„... und dann ist man auch informiert über Flawil, oder St. Gallen oder die ganze Schweiz“* (Mann aus dem Kosovo). Ein weiteres **wichtiges Thema ist die Sprache**: Wo kann man Deutschkenntnisse erwerben, damit man sich schliesslich auch eine Arbeitsstelle suchen kann? *„Zu Arbeit und Sprache. Wir haben Arbeit gesucht und wollten die Sprache lernen“* (Mann aus Sri Lanka). *„... wenn man Gelegenheit gehabt hätte oder wenn man Gelegenheit hat, dann ist es besser, wenn man neu kommt, gleich Sprachschule machen“* (Frau aus Ex-Jugoslawien).

Von wem erhält man Informationen oder an wen wendet man sich?

Wie aber kommt man zu relevanten und für den Alltag nützlichen Informationen? – In erster Linie wenden sich neu in der Schweiz lebende MigrantInnen an **die eigenen Leute sowie Verwandte, die bereits in der Schweiz leben, als Informationsquellen**: *„Zuerst weil sie eben die Sprache nicht können, können sie mit den eigenen Leuten, die die Sprache kennen so. Wenn sie hierher neu kommen, ist es üblich, dass man die anderen Leute besucht und man eben so spricht“* (Frau aus Indien). *„Ich denke auch, dass der erste Schritt, das mit der eigenen Ethnie am meisten stattfindet, es ist je nachdem wer da einwandert“* (Mann aus Indien). Viele Frauen kommen als Familiennachzug durch ihre Männer in die Schweiz und fragen dann als erstes bei ihrem Mann nach, der für sie die entsprechenden Informationen einholt, da er häufig schon über bessere Deutschkenntnisse verfügt: *„Bei mir war nicht so wie, ich habe keinen Kontakt mit schweizerischen Leuten im Haus. Wo ich damals am Anfang wohnte, wa-*

ren alle Ausländerinnen, nur [...] 2, 3 Schweizer Familien. Und nur über meinen Mann. Er ist 8 Jahre früher hierher gekommen und ich bin nachgekommen ... das ist für mich auch schon jetzt schwierig und nur von meinem Mann am Anfang, er hat mir geholfen“ (Frau aus Ex-Jugoslawien). „...und ich wohne auch in einem Mehrfamilienhaus, wo fast alles Ausländer und keine Kontakte mit den Schweizer Leuten und noch immer wohne ich im gleichen Haus und alle Informationen habe ich nur über Cousine, Cousin von meinem Mann bekommen“ (Frau aus Ex-Jugoslawien).

Wer alleine in die Schweiz kommt, ist eher auf andere Informationsquellen angewiesen und wendet sich beispielsweise auch an die **Fremdenpolizei, um Informationen zu erhalten**: *„Als ich hierher kam, hatte ich eine so gesehen gute Verwaltung, ich habe [...] 3 Sitzungen machen können von der Fremdenpolizei und alles, das ist sehr schnell, ich habe nicht nur sehr gern [...], sondern auch diese freundliche Verwaltung. Und dann habe ich überall ein Papier bekommen in Englisch für [...], Informationen...“ (Mann aus Indien). Wer lesen und schreiben kann, kann sich natürlich auch **über das Internet informieren**, auf dem je länger desto mehr Informationen für MigrantInnen zur Verfügung gestellt werden: *„... und dann habe ich langsam versucht, via Internet gewisse Informationen zu sammeln, dann habe ich schon bemerkt, das ist etwas Komisches, in der Schweiz Informationen zu beschaffen, weil die Übersetzungen in andere Sprachen, es ist nicht koordiniert in der Schweiz...“ (Mann aus Indien).**

Informationen zur Schweiz

Wollen sich MigrantInnen über die Schweiz informieren, benutzen sie zudem **als Quelle die Massenmedien**. Auf die Frage, woher sie Informationen über die Schweiz beziehen, gaben viele Migrantinnen und Migranten in den Gruppendiskussionen zur Antwort: *„Internet“*, *„Zeitung, Radio und Nachrichten aus dem Fernsehen“*, *„Internet, Radio... Für mich hilft mehr das Internet“*, *„Wenn man mehr wissen möchte kann man über das Internet gehen, zum Beispiel „gemeindeliste.ch“ oder über irgendeine Gemeinde kann man über Einwohner bis alles erfahren“ (Männer aus Sri Lanka).*

5.4 Informationen und Kontakte zum Heimatland

Erhalten die Migrantinnen und Migranten Informationen zu ihren Heimatländern aus den Schweizer Medien? Wo erhalten sie Informationen zu ihren Heimatländern und wie wichtig ist der Kontakt zum Heimatland?

Informationen zum Heimatland in Schweizer Medien

Verschiedene Migrantengruppen geben an, dass sie **nur wenige Informationen zu ihrem eigenen Land aus den Schweizer Medien erhalten**. Für sie besteht ein Informationsdefizit:

„Oh nein, weniger. Ich sehe selten etwas in der Zeitung über portugiesische Kultur oder im Fernsehen oder Radio. Das ist sehr selten“ (Mann aus Portugal). „Es ist wenig“ (Mann aus Portugal). Auch Migranten aus Albanien finden nach eigener Auskunft kaum bzw. nur selten Informationen zu ihrem Heimatland: „Überhaupt nicht“, „im Fernsehen selten“ (Männer aus Albanien). Und auch die Migranten aus Sri Lanka verneinen die Frage, ob sie denn genug Informationen über Sri Lanka aus den Schweizer Medien erhalten: „Nein, überhaupt nicht“ (Mann aus Sri Lanka). Nur in Ausnahmefällen erhalten Migranten Informationen über ihre Heimatländer in den Schweizer Medien; aber insgesamt finden die MigrantInnen es realistischerweise auch unmöglich, zu jedem Land genügend Informationen über die Schweizer Medien zu verbreiten: „Also wenn etwas Schlimmes passiert, dann schon natürlich. Aber sonst kommt nichts. Aber das kann man ja nicht verlangen“ (Frau aus Portugal).

Wo erhalten Sie Informationen zu ihrem Heimatland?

Die Schweizer Medien können nicht zu jedem Land auf der Welt kontinuierlich detaillierte Tagesinformationen liefern, das scheint evident zu sein. Nur, wie informieren sich dann die MigrantInnen über das aktuelle Geschehen in ihren eigenen Herkunftsländern? – Insgesamt wird dazu **die ganze Medienpalette** genutzt: Fernsehen, Internet, Radio und Zeitungen liefern den in der Schweiz lebenden Migrantengruppen Informationen zu ihren Heimatländern: „Also wir haben jetzt das Extraprogramm vom Kosovo, das jetzt kommt, da gibt es Nachrichten, da gibt es verschiedene Programme, kulturell und alles, und auch im Internet gibt es verschiedene Homepages, wo man alles lesen kann und sich informieren, was momentan „unten“ passiert“ (Frau aus dem Kosovo).

Bleiben Sie in Kontakt zu ihrem Heimatland, falls ja, wie?

Konsonant zu den Befunden aus der schriftlichen Befragung sind das **Telefonieren** oder das Schreiben von **E-Mails** die gängigste Kommunikationskanäle, um mit den Verwandten und Bekannten aus dem Heimatland im Kontakt zu bleiben: „Und Kontakt mit den Leuten „unten“ haben wir immer, also regelmässig, ob telefonisch, oder via Internet“ (Frau aus dem Kosovo). Allerdings wird es schwieriger, den Kontakt zu den Heimatleuten zu halten, je länger man sich in der Schweiz aufhält: „Aber jetzt habe ich keinen Kontakt, nur 2 Spanierinnen, die bei mir sind...“ (Frau aus Spanien).

5.5 Integrationsfunktion der Massenmedien

Helfen Massenmedien bei der Integration in die Schweiz?

Ob die Medien bei der Integration hilfreich sind oder nicht, wird unter den befragten Migrantinnen und Migranten kontrovers diskutiert. Während ein Teil überhaupt gar nicht an eine unterstützende Wirkung glaubt und diese auch nicht erlebt, beurteilen andere die Situation

etwas positiver und sprechen den Medien ein gewisses Integrationspotential zu. Die dritte Gruppe sieht positive und negative Aspekte. **Die grössere Gruppe findet in den Medien keine Hilfe bei der Integration** „Nein, das war gar nicht der Fall“ (Mann aus Portugal). „Nein, überhaupt nicht“. „Nein, im Gegenteil...“ (Männer aus Ex-Jugoslawien). Die Medien behindern sogar Integration, indem sie schlecht über bestimmte Nationalitäten berichten. „Also am Anfang wo ich in die Schweiz gekommen bin, als ich rede jetzt für mich, ich denke dem grössten Teil ist es auch so gegangen. Die grösste Hilfe für uns war unsere Leute, Landsleute, die vor uns in der Schweiz gewesen sind und sie uns informiert haben, wie es weiter geht. Medien, was schreiben die über Ausländer? Nichts. Nur wenn es um Verbrechen oder etwas geht, wo gestohlen wird an einem Ort oder Schlägereien, dann schreiben sie von uns. Aber wenn ein Ausländer etwas Gutes macht, das schreiben die nie“ (Mann aus Ex-Jugoslawien). **Eine weitere Gruppe findet, dass die Medien beides tun: Helfen und Hindern an der Integration:** „Ja und Nein“. „Zeitung schon, Radio ein bisschen“. „Aber teils schon. Ein bisschen“ (Männer aus Sri Lanka). „Bei den Medien ist es so, es gibt Positives oder Negatives. Wenn zum Beispiel eine Kosovo-Albaner mit 60 mehr als erlaubt fährt und dann einen Unfall verursacht, dass er 50 oder 100 Leute getötet hat. Zum Beispiel wo ein Kosovo-Albaner etwas Gutes gemacht hat, das wird nicht gelesen, das wir verschwinden“ (Mann aus dem Kosovo). **Eine kleine Gruppe der befragten denkt, dass die Medien auch einen guten Einfluss auf den Integrationsprozess haben können** „also ich glaube, wenn die Medien positiv berichten, dass das hilft“ (Mann aus Portugal).

Integrationsfunktion des Fernsehers

Konkret auf das Fernsehen bezogen, sieht die Bilanz nach dem Integrationspotential deutlich positiver aus, als wenn nach den Medien generell gefragt wird. Voraussetzung sind aber gewisse sprachliche Grundkenntnisse, die natürlich nicht alle von Beginn weg mitbringen. **Ein grosser Teil, der an den Gruppendiskussionen beteiligten, schreiben dem Fernseher ein Integrationspotential zu:** „Ja, ich denke schon, weil es gibt viel Sachen, was die Schweiz machen, oder die Bauern in den Bergen oben, oder über Traditionen. In der Zeitung kann man vielleicht nicht alles durchlesen, dann kommt vielleicht im Fernsehne etwas über das und dann kann man wieder etwas über die Schweiz lernen“ (Mann aus dem Kosovo). „Auf jeden Fall“. „sicher“. „Wenn man es versteh schon, ja“. „ja dann schaut man es ein, zwei oder drei Mal, bis man es versteht. Aber es ist schwierig“ (Frauen aus Portugal). „Ja, also ich denke schon, weil man vielleicht etwas, das man nicht gewusst hat, dann etwas neues hört und das hilft dann. Auch wenn es nur ein kleiner Satz ist, das kann vielleicht irgendwann helfen, wenn man davon schon mal gehört hat“ (Frau aus dem Kosovo).

Einige befragte Migrantinnen und Migranten denken, dass das **Fernsehen nicht hilft bei der Integration oder dann mit kulturellen Konflikten verbunden ist.** „für mich passt Integra-

tion und Fernsehese nicht so zusammen“. „für die Integration nützt es glaub ich nichts. Für Information möglicherweise, was alles passiert. Ich glaube mit Integration hat es nichts zu tun“ (Männer aus dem Kosovo). Kulturelle Unterschiede führen dazu, dass deutschsprachiges Fernsehen in der Familie gar nicht geschaut werden kann. „Beim Fernsehen gibt es einen wichtigen Punkt, dass Tamilen sind nicht wie die Schweizer Kultur. Wenn zum Beispiel eine Familie zusammen ist, dann können sie eine Quizsendung nicht zusammen schauen, wegen unanständiger Kleider. Oder ein Sexfilm, es ist mehr ein Familienfilm, aber es passieren mehr Sex-Sache, dann können wir das nicht in der Familie zusammen schauen. „Wegen der Kinder“. „Kinder und Familie, Frauen da sind. Das ist schwierig, dann müssen wir wechseln“ (Männer aus Sri Lanka). Generationenkonflikte führen dazu, dass Eltern und Kinder nicht in der gleichen Sprache das Fernsehprogramm nutzen wollen, denn die Kinder, die hier aufgewachsen sind, verstehen ihre Herkunftssprache teilweise schlecht. Insgesamt sehen die befragten die Situation aber so, dass auch die Nutzung von Fernsehsendungen in der Herkunftssprache kein Hindernis sind für die Integration in der Schweiz darstellt.

Integrationsfunktion des Radios

Generell wird das Radio als weniger wichtig eingestuft als das Fernsehen. **Den Radiosendungen wird aber ein gewisses Integrationspotential zugesprochen.** „... wenn man Radio hört ist das immer positiv. Das hilft auch der Integration glaube ich“. „ich glaube schon, ja und auch auf dem Arbeitsplatz ist es gut, wenn man alleine arbeitet, dann hat man etwas zum hören, für mich ist das wichtig“ (Männer aus Portugal). **Allerdings vermissen die befragten konkrete „Integrationsangebote“:** „Sagen wir mal so, man bekommt genug. Man hört was die sagen. Andererseits kann man aber auch sagen, dass man nicht genug bekommt, denn je mehr Information, desto besser kann man beurteilen. Aber für uns konkret, dass wir hier integriert sind, solche gibt es keine. Es muss aber auch nicht sein. Denn DRS3 ist ja nicht da um Ausländer zu integrieren, sondern ist ein Sender für die Öffentlichkeit, von da her“. „Oft habe ich im Radio gehört: So viel Millionen oder ich weiss nicht, sind investiert für Integration, aber ich spüre es nicht, ich weiss nicht wo das Geld ist“ (Männer aus Sri Lanka).

Integrationsfunktion des Internets

Dem Internet wird generell eine tiefere Integrationsfunktion zugesprochen als dem Fernsehen und Radio: „es hilft nicht so viel. Also weniger als Radio und Zeitung. Es gibt auch plus und minus Sachen...“ (Mann aus Sri Lanka). „Jain, eben mit dem Chatten, da kommt vielleicht automatisch mehr der Kontakt mit anderen“ (Frau aus Portugal). „ich habe ja erst seit zwei, drei Jahren Internet und war schon voll integriert, ich glaube nicht [dass es einen Einfluss hat auf die Integration (ss)]“ (Frau aus Portugal). Grundsätzlich ist der Zugang und die Nutzung ein Problem, denn vor allem Frauen aus den befragten Migrantengruppen haben keinen Zugang zum Internet: „Ich habe gar kein Internet“, „Leider habe ich keines“,

„Wir haben Internet, aber das ist nur für meine Kinder“ (Frauen aus Ex-Jugoslavien). „Ich habe keine PC, ich frage jemanden, wenn ich etwas wissen muss“ (Frau aus Portugal).

Zeitungsnutzung und Integrationsfunktion der Zeitung

Die Zeitungen helfen bei der Integration in die Schweiz sicher mit, denn sie ermöglichen Anschlusskommunikation über das Gelesene. Voraussetzung sind natürlich gewisse Sprachkompetenzen und dass die Zeitungen gratis sind: „Ich denke schon, dann ist man ziemlich informiert, was passiert und was kommt, zum Beispiel Agenda. Ich denke schon, dass das hilft“. „Also bei mir, ich verstehe es nicht so ganz und wegen dem ist es für mich nicht so. Wenn man alles versteht, dann ist gut, aber wenn nicht, dann“ (Frauen aus dem Kosovo). Wichtig sind vor allem Gratiszeitungen, dazu gehört natürlich das 20Minuten, aber auch die regionalen Informationsblätter, welche sich grosser Beliebtheit erfreuen: „Ja, ich hab auch kein Abo, einfach, was ich so jeden Tag bekomme oder was ich, ich lese die Zeitung auch, die ich gratis bekomme, so wie „Luzerne Zeitung“, „Luzerne Woche“, „20Minuten“ bekomme ich auch jeden Tag, das ist an der Pausenecke, wo ich arbeite, lese ich und finde dort auch viele Informationen, kurze Informationen, etwa lese ich, etwas liest jemand anders. Dann sagt er, dass habe ich gelesen“ (Frau aus Ex-Jugoslavien).

6. Ergebnisse der schriftlichen Befragung von MigrantInnen in der Westschweiz

Auch in der französischen Schweiz wurden Migrantinnen und Migranten befragt. Das Vorgehen war entsprechend wie in der Deutschen Schweiz: a) Per Mail die Online-Befragung versenden und b) angeforderte Fragebogen ausgedruckt versenden. Zwar wurden sehr viel mehr E-Mails mit dem Link zum Online-Fragebogen versandt, dennoch wurden nur sehr wenige Fragebogen auf Papier angefordert. Insgesamt war der Rücklauf sehr viel geringer als in der Deutschen Schweiz. – Insgesamt konnten 61 vollständige Fragebogen ausgewertet werden.

In den folgenden Kapiteln wird als erstes das Sample übersichtlich dargestellt, gefolgt von den soziodemographischen Angaben, dem Medienumgang, den Informationsbedürfnissen der MigrantInnen sowie ihr Verständnis von Integration.

6.1 Das Sample

Anzahl versendete Anfragen per Mail und Brief:

Total französische Schweiz versendet

Online- Fragebogen:	179	E-Mails versendet
Papier-Fragebogen:	21	Briefe verschickt

Total französische Schweiz Rücklauf

Online- Fragebogen:	127	teilweise ausgefüllt
	51	vollständig ausgefüllt
Papier-Fragebogen:	9	vollständig ausgefüllt
Total auswertbar:	61	Fragebögen

6.2 Befragte aus der französischen Schweiz: Soziodemographie

Anzahl TeilnehmerInnen	61		
Alter nach Kategorie:	Alter	Häufigkeit	Prozent
	<i>50+ Jahre</i>	20	32.8 %
	<i>40-49 Jahre</i>	24	36.9 %
	<i>30-39 Jahre</i>	11	18.1 %
	<i>15-29 Jahre</i>	6	9.8 %
	<i>Gesamt</i>	61	100.0 %
Geschlecht	Geschlecht	Häufigkeit	Prozent
	<i>männlich</i>	35	57.4%
	<i>weiblich</i>	26	42.6 %
	<i>Gesamt</i>	61	100.0 %
Familienstand	Familienstand	Häufigkeit	Prozent
	<i>verheiratet</i>	40	65.6%
	<i>alleinstehend</i>	9	14.8 %
	<i>Konkubinat</i>	7	11.8%
	<i>geschieden</i>	5	8.2 %
	<i>verwitwet</i>	0	0.0 %
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%
Wohnort	Kanton	Häufigkeit	Prozent
	<i>VD</i>	32	52.5%
	<i>BE</i>	8	13.1 %
	<i>GE</i>	7	11.5%
	<i>FR</i>	5	8.2%
	<i>VS</i>	5	8.2%
	<i>Andere Kantone *</i>	4	6.4%
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%

* Weitere Befragte stammen aus den Kantonen: SZ, BL, JU, ZH

Partner/Partnerin aus der Schweiz?	Schweizer Partner	Häufigkeit	Prozent	
	<i>Ja</i>	18	29.5%	
	<i>Nein</i>	43	70.5%	
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%	
Anzahl Kinder pro Haushalt	Anzahl Kinder Pro Haushalt	Häufigkeit	Prozent	
	<i>Ohne Kind</i>	22	36.1%	
	<i>1 Kind</i>	11	18.0%	
	<i>2 Kinder</i>	20	32.8%	
	<i>3 Kinder</i>	5	8.2%	
	<i>4 Kinder und mehr</i>	3	4.9%	
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%	
Anzahl Erwachsene pro Haushalt	Anzahl Erwachsene Pro Haushalt	Häufigkeit	Prozent	
	<i>1 erwachsene Person</i>	9	16.3%	
	<i>2 erwachsene Personen</i>	36	65.5%	
	<i>3 erwachsene Personen</i>	7	12.7%	
	<i>4 erwachsene Personen und mehr</i>	3	5.5%	
	<i>Gesamt</i>	55	100.0%	
Nationalität	Nationalität	Häufigkeit	Prozent	
	<i>Südafrika</i>	11	18.0%	
	<i>Italien</i>	9	14.8%	
	<i>Kosovo/Albanien</i>	9	14.8%	
	<i>Schweizer mit Migrationshintergrund</i>	6	9.8%	
	<i>Portugal</i>	5	8.2%	
	<i>Südamerika</i>	5	8.2%	
	<i>Andere *</i>	16	26.2%	
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%	
<i>* von diesen Ländern haben maximal 4 Personen den Fragebogen ausgefüllt: Serbien., Deutschland, Türkei, Frankreich, Spanien, Bosnien-Herzegowina, USA, Russland,</i>				
DoppelbürgerInnen	Doppelbürger	Häufigkeit	Prozent	
	<i>Ja</i>	22	36.1%	
	<i>Nein</i>	39	63.9%	
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%	

Heimatland, in diesem Land aufgewachsen <i>* in diesen Ländern sind maximal 4 befragte Personen aufgewachsen: Serbien, Deutschland, Türkei, Frankreich, Spanien, Mazedonien, Bosnien-Herzegowina, Tunesien, USA; Russland</i>	Heimatland	Häufigkeit	Prozent
	<i>Südafrika</i>	11	18.0%
	<i>Schweiz</i>	8	13.1%
	<i>Kosovo/Albanien</i>	7	11.5%
	<i>Südamerika</i>	7	11.5%
	<i>Italien</i>	5	8.2%
	<i>Portugal</i>	5	8.2%
	<i>andere *</i>	18	29.5%
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%
Muttersprache <i>* weitere Muttersprachen, die weniger als 4mal genannt wurden: serbokroatisch, russisch, amharique, tigrigna, arabisch, türkisch, serbisch, kirundu, vietnamesisch, mazedonisch, ngambaye</i>	Muttersprache	Häufigkeit	Prozent
	<i>französisch</i>	23	37.7%
	<i>albanisch</i>	8	13.1%
	<i>spanisch</i>	6	9.8%
	<i>italienisch</i>	4	6.6%
	<i>portugiesisch</i>	4	6.6%
	<i>Andere *</i>	16	26.2%
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%
Höchster Bildungsabschluss	Bildungsabschluss	Häufigkeit	Prozent
	<i>Hochschule, Universität, Fachhochschule</i>	32	52.5%
	<i>Berufsschule, Berufslehre</i>	12	19.7%
	<i>Gymnasium, Berufsmatura, Lehrerseminar</i>	9	14.8%
	<i>Höhere Fachschule, Meisterdiplom</i>	7	11.5%
	<i>Primarschule, Volksschule, Anlehre</i>	1	1.6%
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%
Beruf im Heimatland <i>* andere Berufsbereiche umfassen: Pflegebereich, Dienstleistungsbereich, EDV-Bereich, Gastgewerbe, Kunst/Design/Grafik/Musik, Wissenschaft, Handwerklicher Bereich</i>	Beruf Heimatland	Häufigkeit	Prozent
	<i>Ohne Anstellung</i>	11	18.6%
	<i>SchülerIn/StudentIn</i>	10	16.9%
	<i>LehrerIn/Donzentin</i>	9	15.3%
	<i>Verwaltungsbereich/kaufmännischerBereich</i>	8	13.6%
	<i>Technischer Bereich</i>	4	6.8%
	<i>Journalistz</i>	4	6.8%
	<i>Andere *</i>	13	22.0%
	<i>Gesamt</i>	59	100.0%

Beruf in der Schweiz <i>* andere Berufsbereiche umfassen: Pflegebereich, sozialpädagogischer Bereich, Medienbereich, Politik, Gast- gewerbe, Kunst/Design/Grafik/Musik, SchülerIn/DozentIn, Dienstleistungsbe- reich, technischer Bereich, Hauswirt- schaft/Hausfrau,</i>	Beruf Heimatland	Häufigkeit	Prozent
	<i>Verwaltungsbereich/ kaufmännischer Bereich</i>	13	21.7%
	<i>LehrerIn/Dozentin</i>	7	11.7%
	<i>Handwerklicher Bereich</i>	5	8.3%
	<i>EDV-Bereich</i>	4	6.7%
	<i>Ohne Anstellung</i>	4	6.7%
	<i>Wissenschaft</i>	3	5.0%
	<i>Andere *</i>	24	39.9%
	<i>Gesamt</i>	60	100.0%

Zeitpunkt der Einwanderung	Einwanderungsjahr	Häufigkeit	Prozent
	<i>Ich bin in der Schweiz geboren</i>	5	8.2%
	<i>Seit 1-5 Jahren in der Schweiz</i>	9	14.8%
	<i>Seit 6-10 Jahren in der Schweiz</i>	10	16.3%
	<i>Seit 11-20 Jahren in der Schweiz</i>	17	27.9%
	<i>Seit 21-30 Jahren in der Schweiz</i>	14	23.0%
	<i>Seit 31-40 Jahren in der Schweiz</i>	6	9.8%
	<i>Seit 41 und mehr Jahren in der Schweiz</i>	0	0.0%
	<i>Gesamt</i>	61	100.0%

Insgesamt konnten 61 Migrantinnen und Migranten der Westschweiz befragt werden. Trotzdem gibt es einzelne Fragen, die nicht durchgängig von allen Migrantinnen und Migranten ausgefüllt wurde. Wie viele jedes Mal zu einer Frage Stellung genommen haben, ist jeweils unter Gesamthäufigkeit in den Tabellen oder unter „N = ...“ bei den Grafiken ersichtlich.

Die am häufigsten vertretene Alterskategorie die die der **40-49jährigen** (36.9%), gefolgt von den 50jährigen + (32.8%). Die **männlichen Teilnehmer** (57.4%) waren in dieser Befragung häufiger vertreten, genauso wie die **verheirateten** (65.6%) gegenüber anderen Formen des (Zusammen-)Lebens. **Fast 2/3 leben nicht mit einem Partner oder einer Partnerin aus der Schweiz** zusammen, leben **ohne Kind** (36.1%) **oder mit 2 Kindern** (32.8%) in einem Haushalt. Der grösste Teil der Befragten kommt aus einem Land in **Südafrika** (18.0%), aber auch andere Nationalitäten wie Italien (14.8%), Kosovo/Albanien (14.8%) oder Schweizer mit Migrationshintergrund (9.8%) sind vertreten. Nur gerade **1/3 sind DoppelbürgerInnen**. Entsprechend der Nationalitäten bezeichnen 18.0% **Südafrika als ihr Heimatland** und ein gros-

ser Anteil von **37.7%** gibt **französisch als Muttersprache** an. Der grösste Teil von **52.5%** verfügt über eine **sehr hohe formale Bildung** (Hochschule, Universität, Fachhochschule), **war im Heimatland aber ohne Anstellung** (18.6) oder SchülerIn/StudentIn (16.9%) und **arbeitet heute im Verwaltungsbereich/kaufmännischen Bereich (21.7%)** oder als LehrerIn/DozentIn (11.7%). 50.9% der Befragten sind inzwischen 11-30 Jahre in der Schweiz. Es ist somit davon auszugehen, dass es sich bei den Befragten MigrantInnen aus der Westschweiz um eine Gruppe handelt, die bereits Zeit hatte sich zu integrieren.

6.3 Migranten und Medien

Über welche Medienausstattung verfügen Migrantinnen und Migranten, die in der französischen Schweiz leben? Wie häufig nutzen sie welches Medium und in welcher Sprache? Wie wichtig sind ihnen die verschiedenen Medien in ihrem Alltag? Nutzen sie spezielle sog. „Migranten-Homepages“ und wie finden sie diese? In welchen Bereichen sind MigrantInnen gut informiert, und wo oder von wem erhalten sie die gesuchte Information? Zu welchen Bereichen hätten sie gerne mehr Informationen? Leisten die Medien einen Beitrag zur Integration? Wie werden MigrantInnen in den Medien dargestellt? Wie gut sprechen sie französisch und fühlen sie sich in der Schweiz integriert? – Ergebnisse zu diesen Fragestellungen des Fragebogens werden in den folgenden Unterkapiteln dargestellt.

6.3.1 Medienausstattung

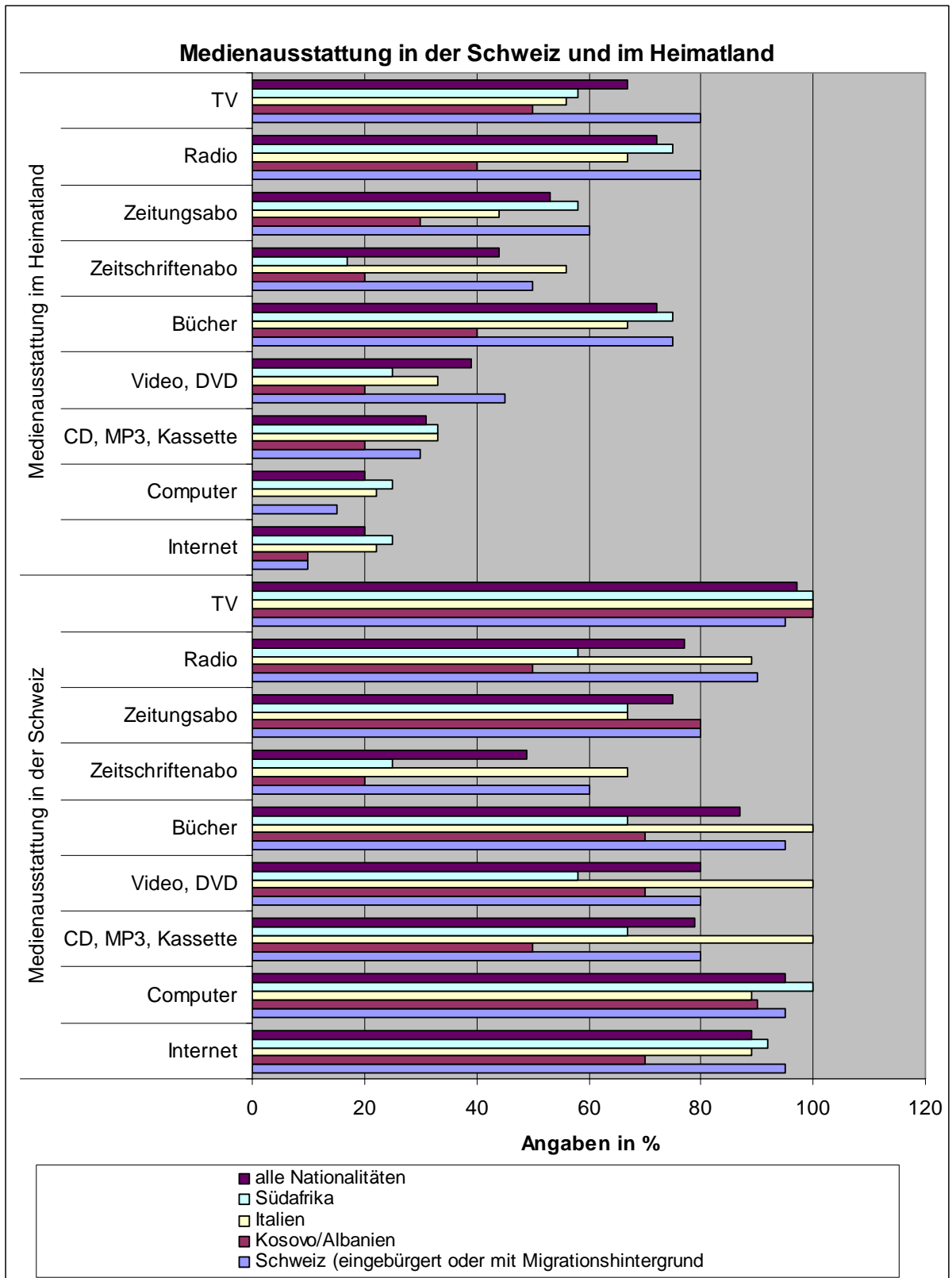
Welche Medienausstattung hatten die befragten Migrantinnen und Migranten der französischen Schweiz in ihrem Herkunftsland und wie sieht die Situation in der Schweiz heute aus?

Grafik 17 zeigt deutlich, dass die **Medienausstattung heute in der französischen Schweiz sehr viel besser ist, als dies noch im Heimatland der Fall war.**

Sehr stark verändert hat sich der **Zugang zu Computer und Internet**. Da ein Grossteil der Befragten bereits seit über 10 Jahren in der französischen Schweiz leben, ist dies nicht verwunderlich, denn vor 10 Jahren und mehr, waren Computer und Internet noch weniger verbreitet, auch in der Schweiz nicht.

Besonders die **Migrantinnen und Migranten mit italienischen Wurzeln**, fallen durch ihre **sehr gute Medienausstattung** auf: Fernseher, Bücher, Video/DVD, CD/MP3/Kassette besitzen praktisch alle. Aber auch Computer und Internetzugang sind bei über 90% der in der französischen Schweiz lebenden ItalienerInnen vorhanden. **Etwas schlechter ausgestattet ist die Gruppe der Kosovo/AlbanerInnen**. Sie haben am seltensten einen Internetzugang, besitzen am seltensten eine Radio, Zeitschriften-Abos oder CD/MP3/Kassetten.

Grafik 17: Medienausstattung in der französischen Schweiz und im Heimatland



N alle= 61, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

6.3.2 Mediennutzung

Wie häufig werden in welcher Sprache von den Migrantinnen und Migranten in der Westschweiz welche Medien genutzt? Welche sind wichtiger, welche weniger wichtig?

Fernsehnutzung

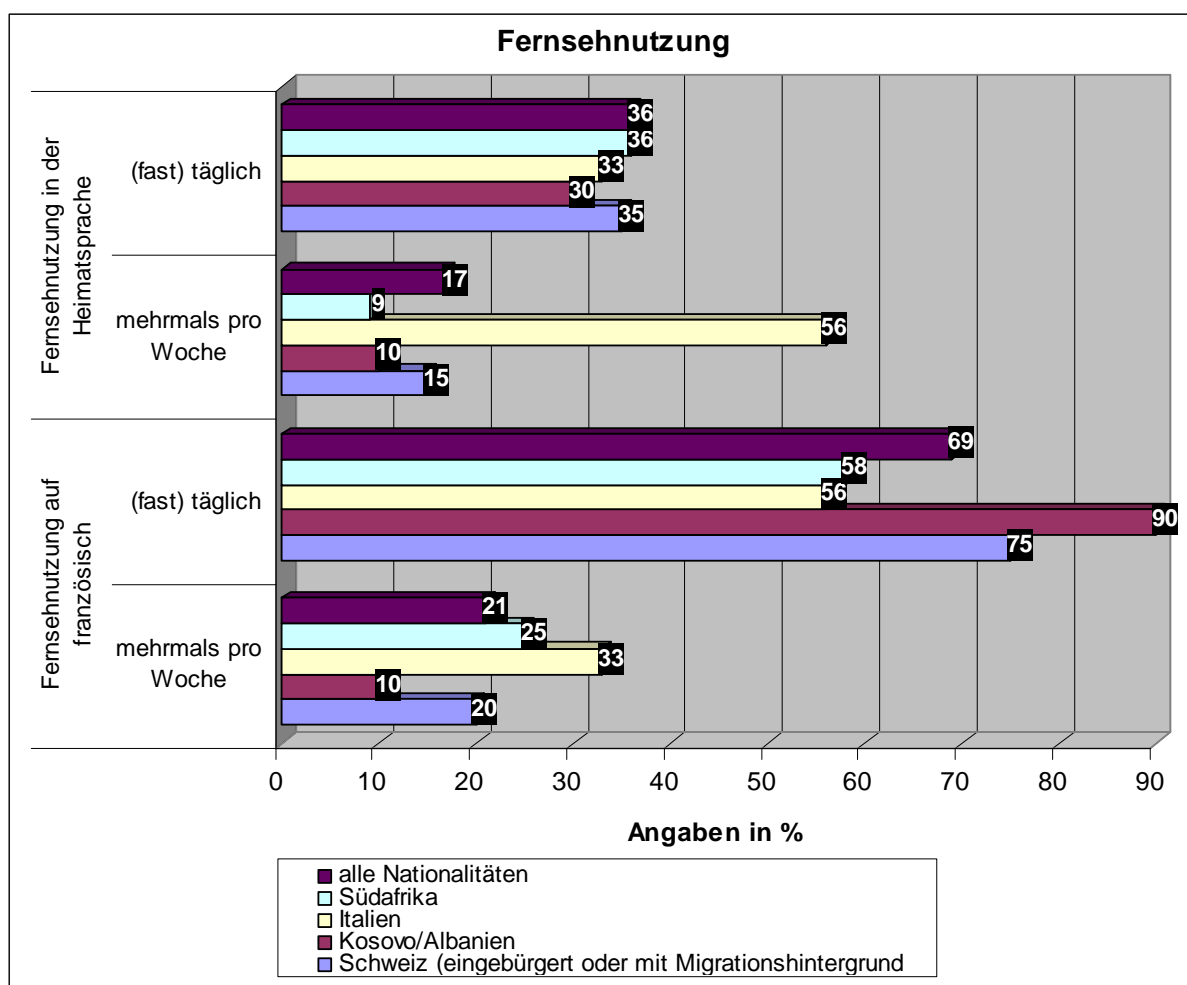
Auch in der französischen Schweiz gilt das Fernsehen als wichtiges und beliebtes Medium. Interessanterweise findet die Fernsehnutzung meist in der französischen Sprache statt (siehe Grafik 18).

Allerdings gibt es sehr grosse Unterschiede zwischen den verschiedenen Nationalitäten: Die **Migrantinnen und Migranten mit italienischem Hintergrund** fallen besonders auf, da sie zu einem grossen Anteil mehrmals pro Woche Fernsehsendungen in italienischer Sprache rezipieren. Dies hängt sicher mit dem vorhandenen Angebot zusammen; in der Schweiz werden eben auch von der SRG Sendungen in italienischer Sprache ausgestrahlt.

Bei den **Kosovo/AlbanerInnen** hingegen werden nur zu 30% Sendungen in ihrer Heimatsprache gesehen, während 90% der befragten Kosovo/Albanerinnen täglich das Fernsehen in französischer Sprache nutzen.

MigrantInnen aus einem südafrikanischen Land nutzen im Vergleich zu den anderen Nationalitäten eher selten (58%) das französische Fernsehangebot täglich, hingegen sieht sich über 1/3 täglich Sendungen in ihrer Heimatsprache an (die übrigens auch wiederum französisch sein könnte).

Grafik 18: Fernsehnutzung von in der französischen Schweiz lebenden MigrantInnen



N alle= 61, N Südafrika=11, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

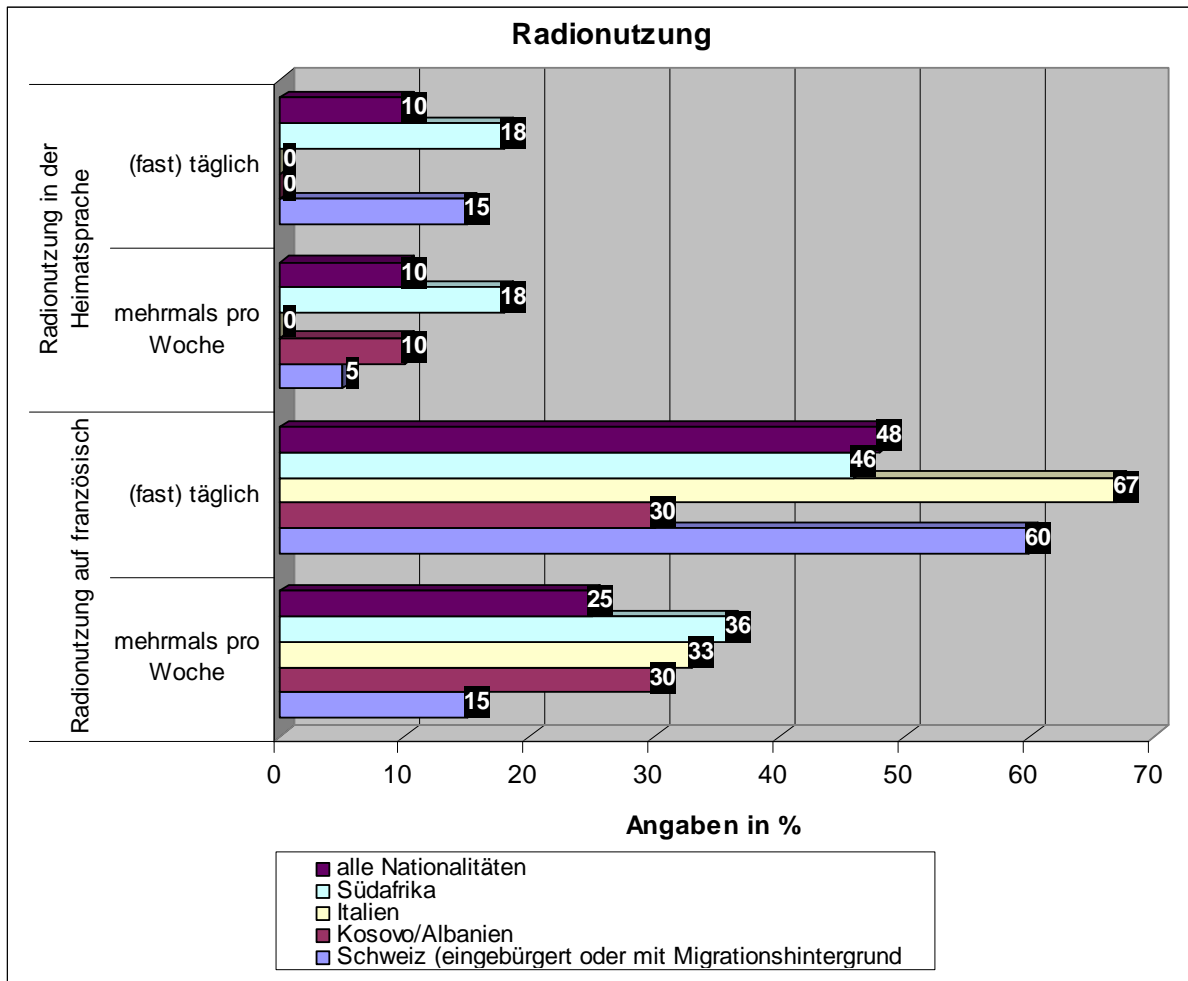
Radionutzung

Insgesamt wird deutlich weniger Radio gehört, denn fern gesehen.

Wenn dann aber Radio gehört wird, dann unbedingt **in französischer Sprache**. Dies bestätigt sich bei **allen Sprachgruppen**.

Einzig abweichend sind die Migrantinnen und Migranten aus einem **südafrikanischen Land**, welche doch zu fast je 20% täglich oder mehrmals pro Woche **Sendungen in ihrer Heimatsprache anhören**. Auch die Schweizer (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund) hören sich doch zu 15% (fast) täglich Sendungen in ihrer Heimatsprache an (siehe Grafik 19).

Grafik 19. Radionutzung von in der französischen Schweiz lebenden MigrantInnen



N alle= 61, N Südafrika=11, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

Internetnutzung

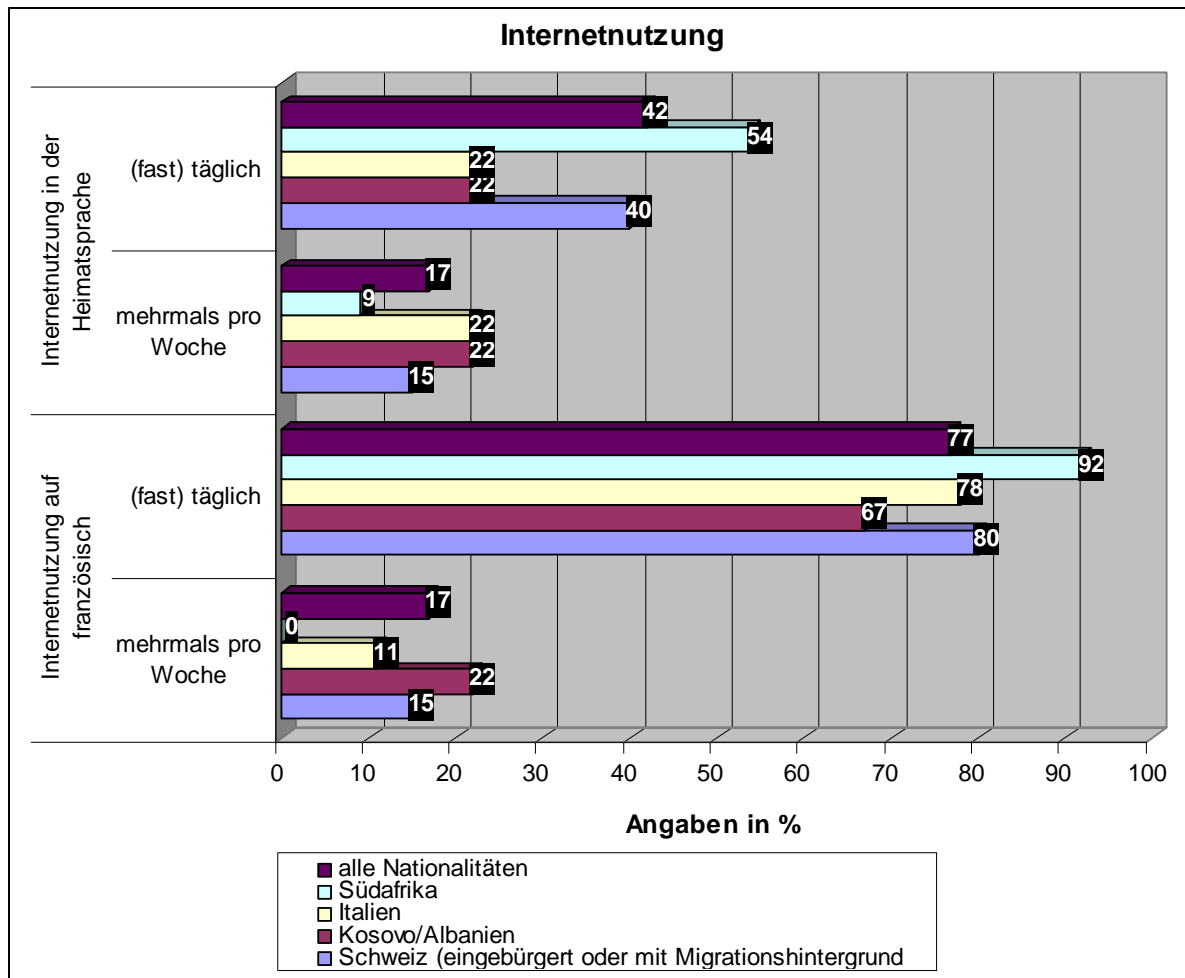
Das Internet gehört in der Zwischenzeit zu den beliebtesten Medien und hat in dieser Erhebung gar das Fernsehen überholt. So geben 77% an, (fast) täglich das Internet zu nutzen.

In Grafik 20 fällt besonders auf, dass die **Migrantinnen und Migranten aus den Ländern im Süden Afrikas sehr häufig das Internet nutzen.** Dieses bietet sich natürlich sehr gut an, um grosse Distanzen zu überwinden. Da eine Reise in das eigene Heimatland sehr teuer und aufwändig ist, stellt das Internet eine einfache und günstige Möglichkeit dar, sich mit diesem neuen Medium zu informieren oder über das Internet mit Leuten aus der Heimat weiterhin zu kommunizieren und in Kontakt zu bleiben.

Kosovo/AlbenerInnen hingegen gehören zu der Gruppe MigrantInnen, die das Internet am wenigsten intensiv nutzen, weder in ihrer Muttersprache noch auf französisch. Dies dürfte mit der Medienausstattung zusammenhängen: Wie Grafik 20 deutlich zeigt, verfügen ca. 70% der

Kosovo/AlbanerInnen über einen Internetanschluss, während es bei den Menschen anderer Nationalität um die 90% sind.

Grafik 20: Internetnutzung von in der französischen Schweiz lebenden MigrantInnen



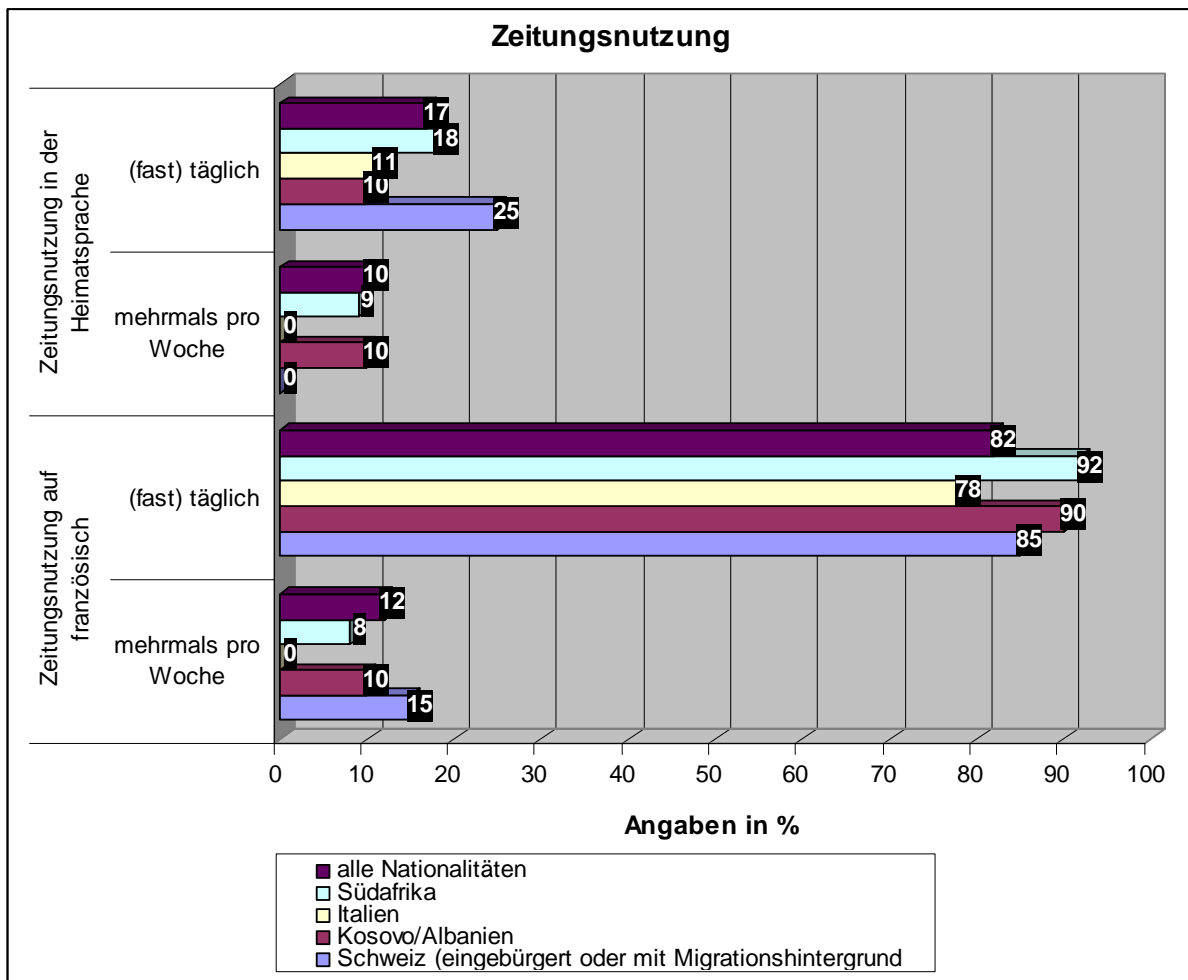
N alle= 61, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =9, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

Zeitungsnutzung

Die tägliche Zeitungslektüre ist bei allen befragten Gruppen hoch und somit kann auch die Zeitung als sehr wichtiges Medium für Migranten in der Schweiz betrachtet werden.

Insgesamt ist zu beobachten (siehe Grafik 21), dass die Zeitungslektüre vorwiegend in französischer Sprache stattfindet. Da der Zugang zu anderssprachigen Zeitungen nicht unbedingt gegeben und sicher relativ teuer ist, ist dies einfach nachvollziehbar. Die vielen verfügbaren Gratiszeitungen tragen dann ihren Teil dazu bei, dass Zeitungen zugänglich sind und darum auch regelmässig gelesen werden.

Grafik 21: Zeitungsnutzung von in der französischen Schweiz lebenden MigrantInnen



N alle= 61, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

Auch bei den in der französischen Schweiz lebenden Migrantinnen und Migranten äussert sich der hohe Stellenwert der verschiedenen Medien ganz klar. Grösstenteils wird das Medienangebot zudem in französischer Sprache rezipiert und bietet sich somit auch als Plattform für Informationen speziell für Migrantinnen und Migranten in jedem Fall an.

6.3.3 Wichtigkeit verschiedener Medien nach Nationalitäten

Von den Migranten der französischen Schweiz, welche am Survey teilgenommen haben, wird das **Internet als wichtigstes Medium** eingestuft.

An zweiter Stelle folgt das **Fernsehen**, mit einem winzigen Abstand zur **Tageszeitung**, welche auf Platz 3 folg. Das am wenigsten wichtige Medium ist für die befragten MigrantInnen und Migranten das Radio.

Das **Internet** wird von den **ItalienerInnen** den **SchweizerInnen (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)** am häufigsten als „sehr wichtig“ beurteilt (siehe Tabelle 14). Nie-

mand stufte das Internet als „gar nicht wichtig“ ein, aber die befragten **Kosovo/AlbanerInnen** geben zu 13%, dass für sie das Internet „weniger wichtig ist“. Da die Kosovo/AlbanerInnen am seltensten der Befragten über eine Internetverbindung verfügen, werden sie dieses im Alltag auch kaum vermissen und daher weniger brauchen.

Für die **Kosovo/AlbanerInnen** ist hingegen das **Fernsehen** das deutlich wichtigere Medium. 80% von ihnen geben an, dass ihnen das Fernsehen „sehr wichtig“ sei. An zweiter Stelle folgen die **SchweizerInnen (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)**, wobei 65% von ihnen das Fernsehen als „sehr wichtiges“ Medium einstufen (siehe Tabelle 12).

Die **Zeitung** ist ebenfalls für die **Kosovo/AlbanerInnen** von sehr hoher Wichtigkeit. 78% von ihnen beurteilen dieses Medium als „sehr wichtig“, wohingegen die anderen befragten Nationalitäten nur 50%-58% dies ebenfalls so gewichten (siehe Tabelle 15).

Das **Radio** gilt insgesamt als das Medium, welches als weniger wichtig eingestuft wird. Die SchweizerInnen (**eingebürgert oder mit Migrationshintergrund**) geben zwar zu 40% an, dass ihnen dieses Medium „sehr wichtig ist“, bei den **Kosovo/AlbanerInnen** hingegen teilt niemand (0%) diese Meinung. Gar 11% der **ItalienerInnen** empfinden das Radio als „gar nicht wichtig“ (siehe Tabelle 13).

Tabelle 12: Wichtigkeit des Fernsehens, französische Schweiz

Angaben in %	N	Wichtigkeit des Fernsehens			
		<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>gar nicht wichtig</i>
Alle Nationalitäten	61	56	31	8	5
Südafrika	12	50	33	17	0
Italien	9	22	56	11	11
Kosovo/Albanien	10	80	20	0	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	20	65	30	0	5

Tabelle 13: Wichtigkeit des Radios, französische Schweiz

Angaben in %	N	Wichtigkeit des Radios			
		<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>gar nicht wichtig</i>
Alle Nationalitäten	61	27	45	23	5
Südafrika	11	36	36	27	0
Italien	9	33	56	0	11
Kosovo/Albanien	10	0	70	30	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	20	40	30	20	10

Tabelle 14: Wichtigkeit des Internets, französische Schweiz

Angaben in %	N	Wichtigkeit des Internets			
		<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>gar nicht wichtig</i>
Alle Nationalitäten	59	76	15	9	0
Südafrika	12	83	17	0	0
Italien	7	78	11	11	0
Kosovo/Albanien	8	63	25	13	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	20	75	20	5	0

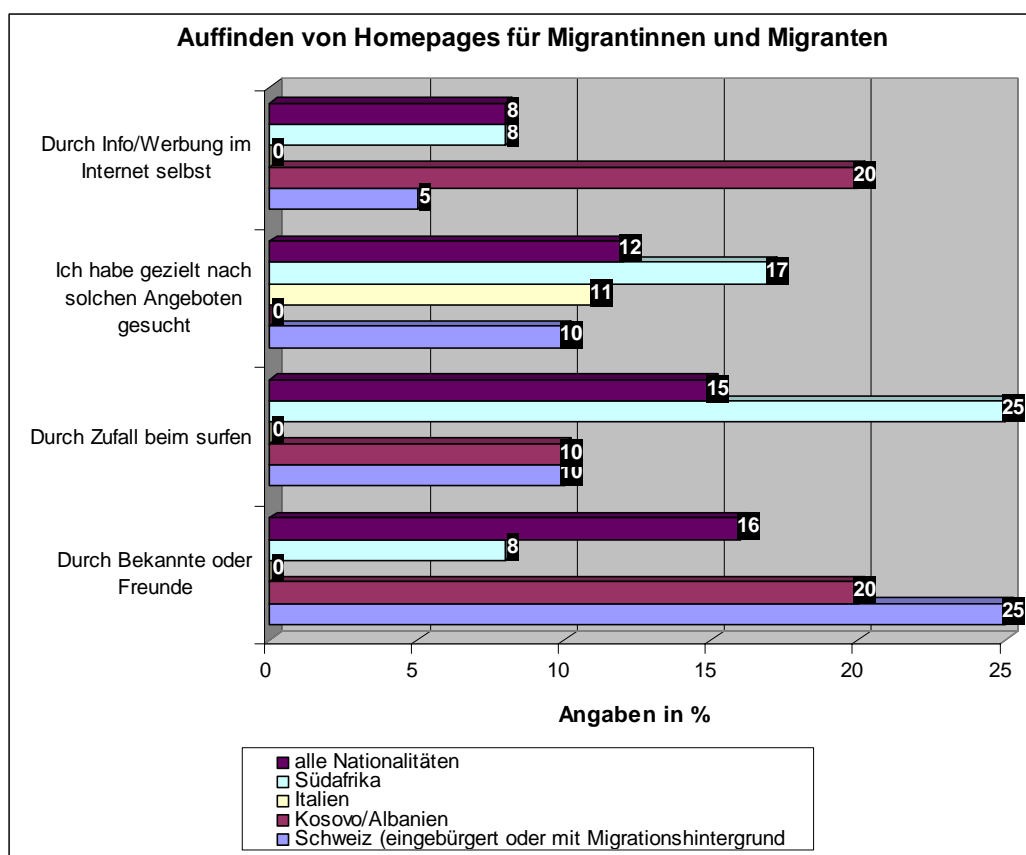
Tabelle 15: Wichtigkeit der Zeitung, französische Schweiz

Angaben in %	N	Wichtigkeit der Zeitung			
		<i>sehr wichtig</i>	<i>wichtig</i>	<i>weniger wichtig</i>	<i>gar nicht wichtig</i>
Alle Nationalitäten	60	55	33	10	2
Südafrika	12	58	17	25	0
Italien	9	56	33	0	11
Kosovo/Albanien	9	78	22	0	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	20	50	45	5	0

6.3.4 Das Auffinden von Homepages für MigrantInnen

Wenn sich MigrantInnen Informationen aus dem Internet ansehen, wie sind sie dann darauf gekommen, genau diese Homepage zu wählen oder darauf zu suchen? Abgesehen natürlich von der Verwendung von Suchmaschinen selbst, ist es so, dass meist Bekannte oder Freunde darauf verweisen, oder eine Information oder Homepage per Zufall beim surfen entdeckt wird (siehe Grafik 22).

Grafik 22: Wie finden Migrantinnen und Migranten Internetangebote für sie in der französischen Schweiz?



N alle= 61, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

6.4 Informationsbedürfnisse und Informationssuche

Wie gut kommen Migrantinnen und Migranten der französischen Schweiz mit verschiedenen Alltagsthemen zurecht? Auf welchem Weg informieren sie sich, wenn sie denn Informationen brauchen? Fragen sie nicht nur nach Informationen, sondern suchen sie auch für andere Informationen, wenn sie darum gebeten werden und fungieren so als eine Art Schaltstelle zwischen den Kulturen? Zu welchen Themen hätten MigrantInnen der französischen Schweiz gerne mehr Informationen? Das ganze Kapitel 6.4 ist enorm wichtig um Kommunikationskanäle ausfindig zu machen, die das Erreichen von Migrantengruppen, welche Informationen brauchen, zu erleichtern.

6.4.1 Das Zurechtfinden mit unterschiedlichen Themen

Interessanterweise äussern die Befragten **kaum Probleme im Umgang mit den abgefragten Themen. Gar keine Schwierigkeiten haben die Befragten im Umgang mit Schweizer Be-**

kannten und Freunden oder mit Schweizer Familien/Nachbarn. Auch mit den ArbeitgeberInnen kommen die MigrantInnen der Westschweiz meist gut klar, **einzig die MigrantInnen aus Südafrikanischen Ländern**, geben zu 1/3 an, dass sie mit Vorgesetzten/ArbeitgeberInnen „wenig“ oder „gar nicht gut“ zurechtkommen (siehe Tabelle 18/17).

Auch in den anderen Alltagsbereichen fallen die **MigrantInnen aus Südafrikanischen Ländern** dadurch auf, dass sie sich **meist weniger gut** mit den abgefragten Alltagsthemen **zurechtkommen**, als andere Migrantengruppen (siehe Tabelle 16/17).

Tabelle 16: Wie gut findet man sich im Alltag zurecht: Behörden und Schule?
französische Schweiz

Angaben in %	N	Wie gut finden Sie sich im Alltag in der Schweiz zurecht?			
		<i>mit Gemeinden, Behörden, Ämtern</i>		<i>mit Schulen, LehrerInnen</i>	
		<i>sehr / ziemlich gut</i>	<i>weniger/ gar nicht gut</i>	<i>sehr / ziemlich gut</i>	<i>weniger / gar nicht gut</i>
Alle Nationalitäten	59	83	17	93	7
Südafrika	12	58	41	73	27
Italien	9	89	11	100	0
Kosovo/Albanien	10	100	0	100	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	18	82	18	95	6

Tabelle 17: Wie gut findet man sich zurecht: Wohnungs Vermieter und Arbeitgeber?
französische Schweiz

Angaben in %	Wie gut finden Sie sich im Alltag in der Schweiz zurecht?				
	N	<i>mit Wohnungs- VermieterInnen</i>		<i>mit ArbeitsgeberInnen, Vorgesetzten</i>	
		<i>sehr / ziemlich gut</i>	<i>weniger/ gar nicht gut</i>	<i>sehr / ziemlich gut</i>	<i>weniger / gar nicht gut</i>
Alle Nationalitäten	57	91	9	91	7
Südafrika	11	82	16	67	33
Italien	8	100	0	100	0
Kosovo/Albanien	9	100	0	100	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	19	89	11	100	0

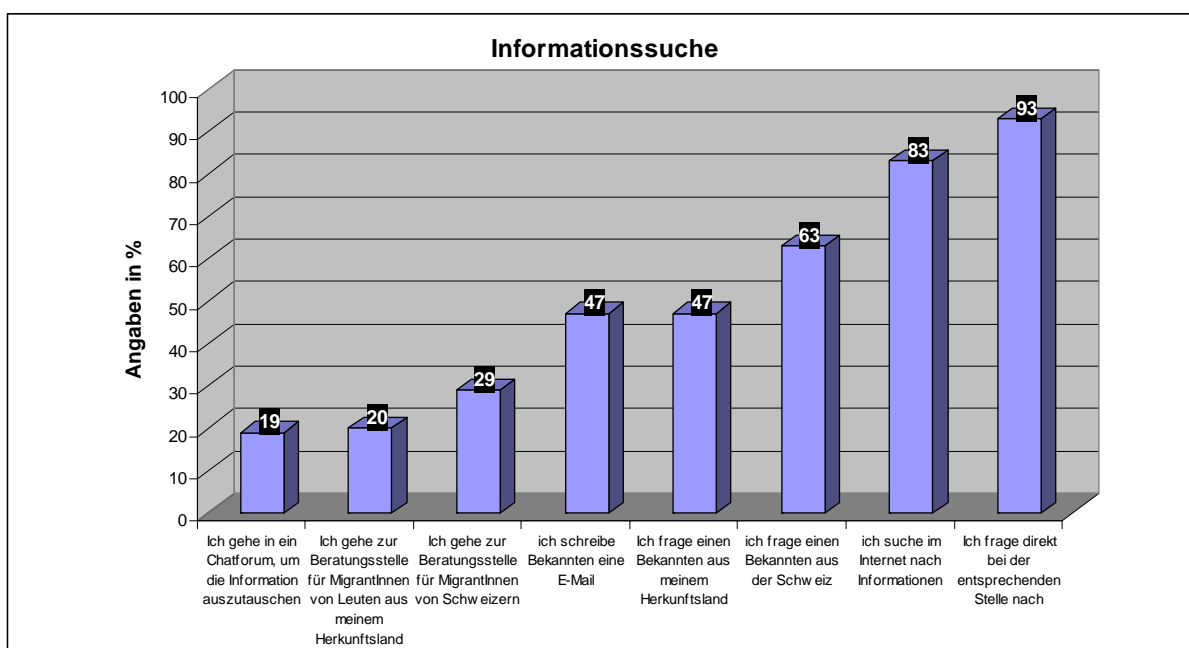
**Tabelle 18: Wie gut findet man sich zurecht: Schweizer Bekannte, Freunde, Nachbarn?
Französische Schweiz**

Angaben in %	Wie gut finden Sie sich im Alltag in der Schweiz zurecht?				
	N	mit Schweizer Bekannten, Freunden		mit Schweizer Familien, Nachbarn	
		sehr / ziemlich gut	weniger / gar nicht gut	sehr / ziemlich gut	weniger / gar nicht gut
Alle Nationalitäten	60	93	7	93	7
Südafrika	12	100	0	100	0
Italien	9	100	0	100	0
Kosovo/Albanien	10	100	0	100	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	19	89	11	89	11

6.4.2 Auf welchem Weg informieren sich MigrantInnen?

Auf welchem Weg in der Westschweiz lebende MigrantInnen Informationen suchen und erhalten, ist besonders bei den Gruppen wichtig, die angeben, mit verschiedenen Alltagsbereichen „weniger“ oder „gar nicht gut“ zurechtzukommen. In der Grafik 23 sind die Kategorien „trifft sehr zu“ bzw. „trifft zu“ zusammengefasst.

Grafik 23: Auf welchem Weg informieren sich MigrantInnen der französischen Schweiz



N alle= 61

Am häufigsten fragen MigrantInnen direkt bei der entsprechenden Stelle nach (93%) oder suchen die Informationen über das Internet (83%). Es ist also dringend nötig Informationen über das Internet zu verbreiten, denn obwohl es spezielle Beratungsstellen für Migrantinnen und Migranten gibt, solche die von SchweizerInnen angeboten werden oder von Leuten aus dem eigenen Heimatland, werden diese Stellen nur selten frequentiert, wenn es um konkrete Informationsbeschaffung geht.

6.4.3 Für andere Personen im Internet etwas nachschauen

Ca. je 1/3 der in der französischen Schweiz lebenden MigrantInnen werden gebeten „sehr häufig“ oder „häufig“ im Internet etwas für andere nachzuschauen. Dies ist ein sehr hoher Anteil an MigrantInnen, welche als Informationsvermittler fungieren. Am auffälligsten sind die Verteilungen bei den Kosovo/AlbanerInnen, welche mit dem Höchstwert von 38% angeben für andere Informationen im Internet nachzuschauen, gleichzeitig mit dem Höchstwert von 25% nie etwas nachschauen (siehe Tabelle 19). Dies dürfte wiederum mit der Medienausstattung zusammenhängen, denn nur rund 70% der Kosovo/AlbanerInnen haben einen Internetzugang (siehe Grafik 17).

Von Informationen, welche auf dem Internet speziell für MigrantInnen und Migranten bereit gestellt werden, würden somit nicht nur MigrantInnen mit Internetanschluss profitieren, sondern auch viele andere, da ein **Grossteil der MigrantInnen mit Internetanschluss eine Rolle als Mediator wahrnimmt** und Informationen für andere sucht oder an anderen weitergibt.

Tabelle 19: Rolle als Mediator: Wie häufig werden Sie gebeten, für andere Personen im Internet etwas nachzuschauen? französische Schweiz

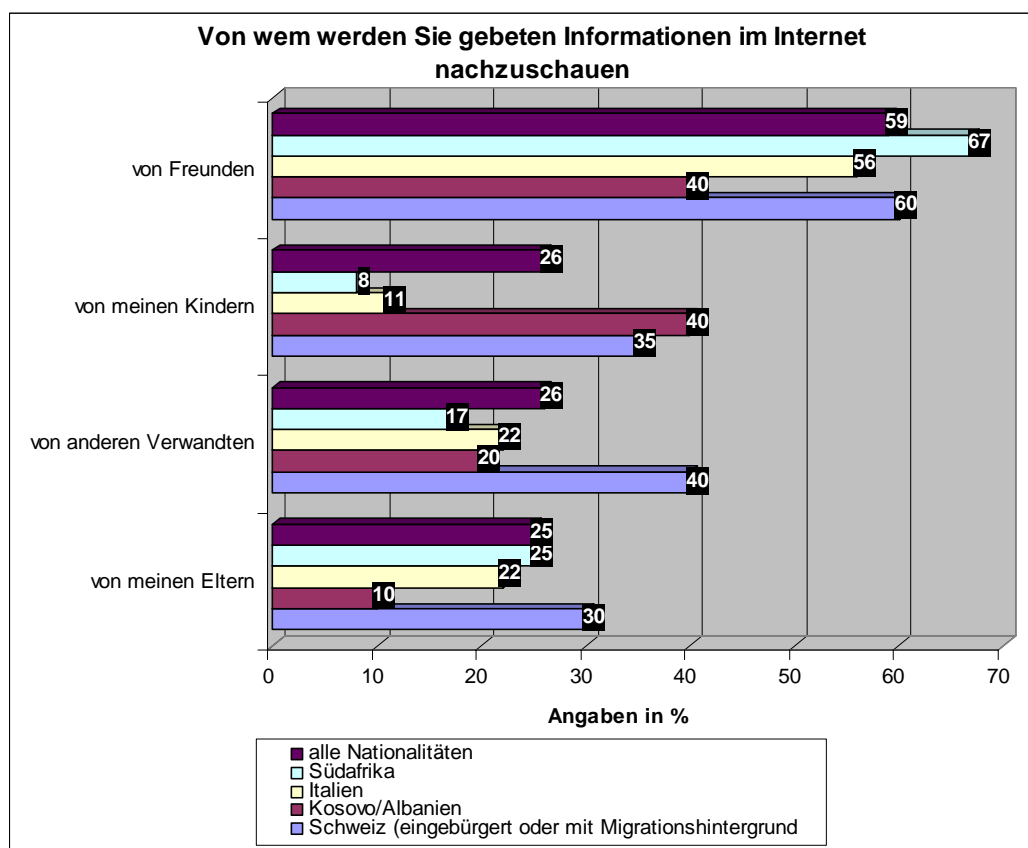
Angaben in %	N	Ich werde gebeten, für andere Personen im Internet etwas nachzuschauen			
		<i>sehr häufig</i>	<i>häufig</i>	<i>selten</i>	<i>nie</i>
Alle Nationalitäten	59	32	32	20	15
Südafrika	12	17	50	25	8
Italien	9	33	22	22	22
Kosovo/Albanien	8	38	25	13	25
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	20	25	40	20	15

6.4.4 Von anderen Personen gebeten werden, im Internet etwas nachzuschauen

Da viele der befragten MigrantInnen für andere in Internet Informationen nachschauen, ist nun interessant zu sehen, für wen sie dies tun: **Meist werden diese von Freunden gebeten für sie etwas im Internet nachzuschauen,**

Die **Kosovo/AlbanerInnen werden zu 40% auch von ihren Kindern gefragt,** Informationen im Internet nachzuschauen oder die **SchweizerInnen (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund) auch von anderen Verwandten (40%)** (siehe Grafik 24).

**Grafik 24: Von wem werden Sie gebeten Informationen im Internet nachzuschauen?
Französische Schweiz**



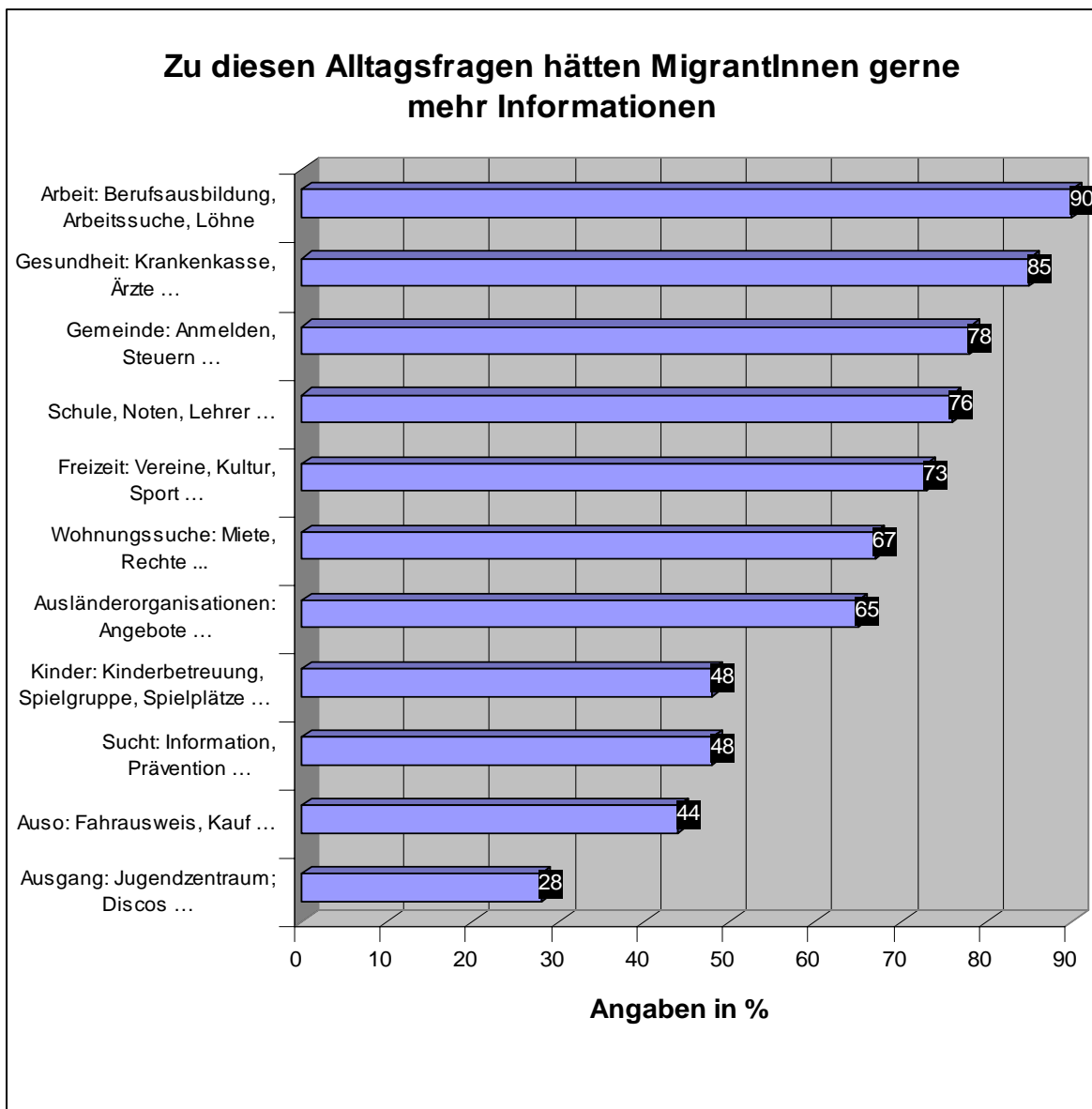
N alle= 61, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

6.4.5 Zu diesen Alltagsfragen wünschen sich MigrantInnen mehr Informationen

Es zeichnen sich ganz deutliche Themenfelder ab, zu denen in der französischen Schweiz lebenden MigrantInnen gerne mehr Informationen hätten: So z.B. zum Thema Arbeit/Berufs-

ausbildung/Arbeitssuche/Löhne... (90%) oder Gesundheit/Krankenkasse/Ärzte... (85%) oder Gemeinde/Anmelden/Steuern ... (78%). Weniger Informationsbedarf hingegen bestehen zu den Themen Ausgang/Jugendzentrum/Disco... (25%), Auto/Fahrausweis/ Kauf... (44%) oder Sucht/Information/Prävention (48%).

Grafik 25. Zu diesen Alltagsfragen hätten MigrantInnen gerne mehr Informationen, französische Schweiz



N alle= 61

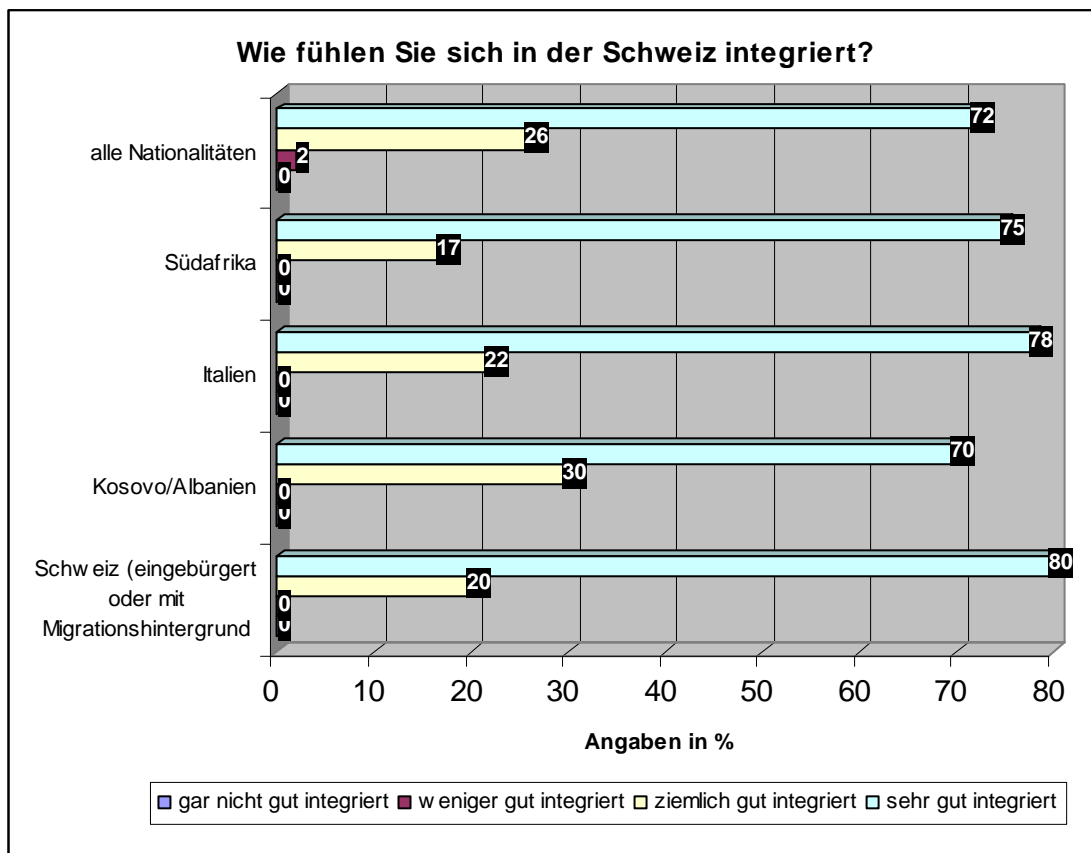
6.5 Integration in der Schweiz – Brücken zum Heimatland

Wie gut fühlen sich die Migrantinnen und Migranten der französischen Schweiz integriert? Wie schätzen sie ihre sprachlichen Kompetenzen ein? Wie beurteilen sie die Darstellung der MigrantInnen in den Medien? Helfen die Medien sich zu integrieren? Und wie gut fühlen sie sich integriert. Diese Fragen sollen im Kapitel 6.5 für die MigrantInnen der französischen Schweiz dargestellt werden.

6.5.1 Wie fühlen sich die MigrantInnen in der Schweiz integriert?

Ein überraschend erfreuliches Bild zeigt sich in Grafik 26: Über 70% der Befragten geben nämlich an, dass sie sich in der Schweiz sehr gut integriert fühlen, ca. ¼ fühlt sich zudem immerhin gut integriert, und nur verschwindend kleine 2% fühlen sich „gar nicht gut“ oder „weniger gut“ integriert. – Obwohl das Thema „mangelnde Integration“ gerade auch in Schweizer Medien in jüngster Zeit immer wieder aufgegriffen wurde, zeigt sich aus der Perspektive der betroffenen Migranten und Migrantinnen selbst ein ganz anderes Bild.

Grafik 26: Wie fühlen Sie sich in der Schweiz integriert? Französische Schweiz



N alle= 61, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

6.5.2 Französischkenntnisse der MigrantInnen

Ihre schriftlichen Sprachkompetenzen schätzen die in der französischen Schweiz lebenden MigrantInnen hoch ein: **Insgesamt geben 71% an über „sehr gute“ schriftliche Französischkenntnisse zu verfügen**, die **ItalienerInnen** nehmen hierbei mit 78% die Spitzenposition ein. Etwas unsicherer fühlen sich die **Kosovo/AlbanerInnen**: 10% von ihnen geben an, dass sie ihre schriftlichen Französischkenntnisse als „mittel“ einschätzen. Niemand gab jedoch an, dass die schriftsprachlichen Kenntnisse „gering“ seien, was ein sehr erfreuliches Ergebnis ist. Es ist natürlich zu berücksichtigen, dass bestimmte sprachliche Kenntnisse vorhanden sein müssen, damit ein solcher Fragebogen überhaupt ausgefüllt werden kann, somit kommen hier Mechanismen der Selbstselektion ins Spiel, die typisch sind für schriftliche Befragungen.

Tabelle 20: Einschätzung der Französischkenntnisse: Französisch schriftlich

Angaben in %	N	Französischkenntnisse (schriftlich)			
		<i>sehr gut</i>	<i>gut</i>	<i>mittel</i>	<i>gering</i>
Alle Nationalitäten	61	71	28	2	0
Südafrika	12	75	25	0	0
Italien	9	78	22	0	0
Kosovo/Albanien	10	60	30	10	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	20	60	40	0	0

Die mündlichen Französischkenntnisse werden insgesamt deutlich tiefer eingeschätzt als die schriftlichen. Dabei schätzen die **ItalienerInnen (78%)** und **MigrantInnen aus Südafrikanischen Ländern (75%)** ihre mündlichen und schriftlichen Französischkenntnisse gleich hoch ein, während die SchweizerInnen (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund) sich geringfügig tiefer einstufen, aber die Kosovo/AlbanerInnen ihre mündlichen Französischkenntnisse um 40% tiefer einschätzen als ihre „sehr guten“ schriftlichen Kenntnisse.

Tabelle 21: Einschätzung der Französischkenntnisse: Französisch mündlich

Angaben in %	N	Französischkenntnisse (mündlich)			
		<i>Sehr gut</i>	<i>gut</i>	<i>mittel</i>	<i>gering</i>
Alle Nationalitäten	61	56	31	13	0
Südafrika	12	75	25	0	0
Italien	9	78	11	11	0
Kosovo/Albanien	10	20	50	30	0
Schweiz (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund)	20	55	35	10	0

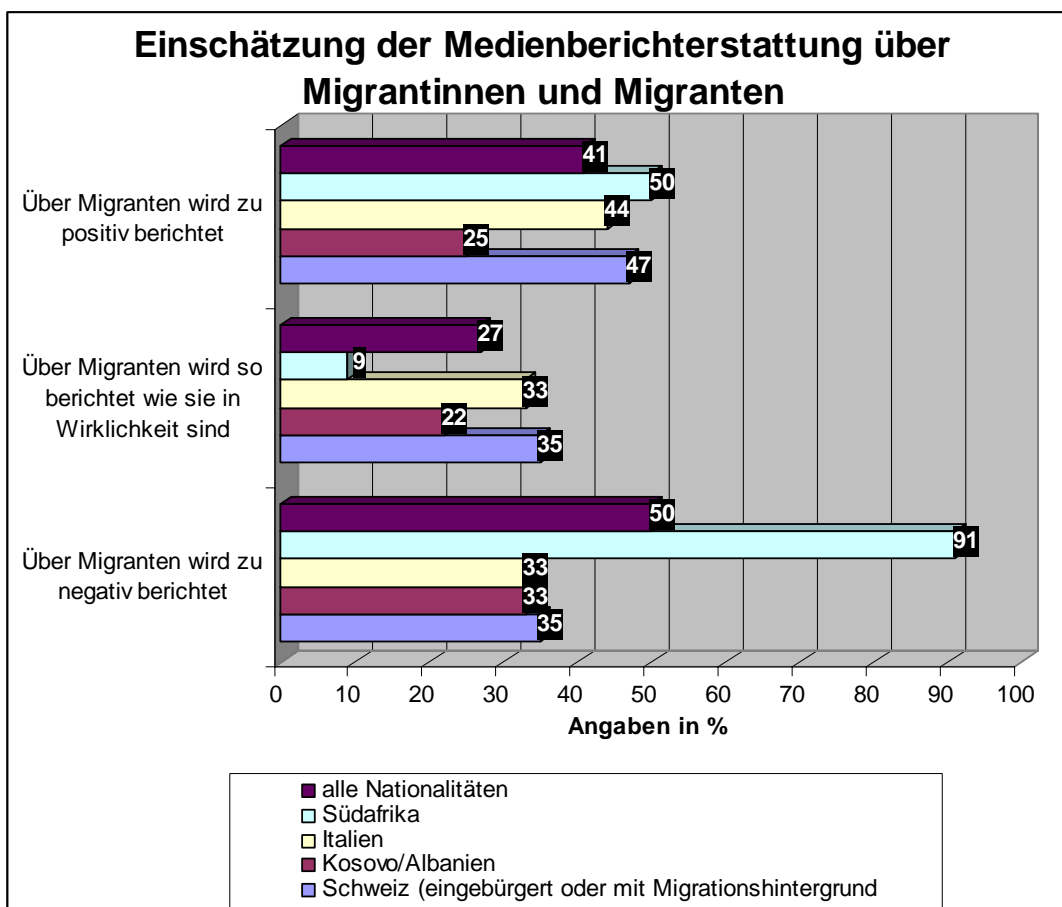
6.5.3 Wie werden MigrantInnen in den Schweizer Medien dargestellt?

Insgesamt beurteilt die Hälfte der in der französischen Schweiz lebenden MigrantInnen die Darstellung der MigrantInnen in Schweizer Medien als zu negativ. Überraschend ist jedoch, dass 41% die Darstellung der MigrantInnen als zu positiv einschätzen. Rund 1/3 empfinden, dass über MigrantInnen so berichtet wird, wie sie in Wirklichkeit sind.

Besonders auffällig ist, dass MigrantInnen aus Südafrikanischen Ländern zu über 90% finden, dass die MigrantInnen in den Medien zu schlecht dargestellt würden, also ein viel höherer Anteil als der Durchschnitt.

Die Kosovo/AlbanerInnen weichen ebenfalls vom Durchschnitt ab: von ihnen glauben nur 25%, dass über MigrantInnen zu positiv berichtet wird, während der Durchschnitt dies zu 41% glaubt.

Grafik 27: Wie werden MigrantInnen in den Schweizer Medien dargestellt? französische Schweiz



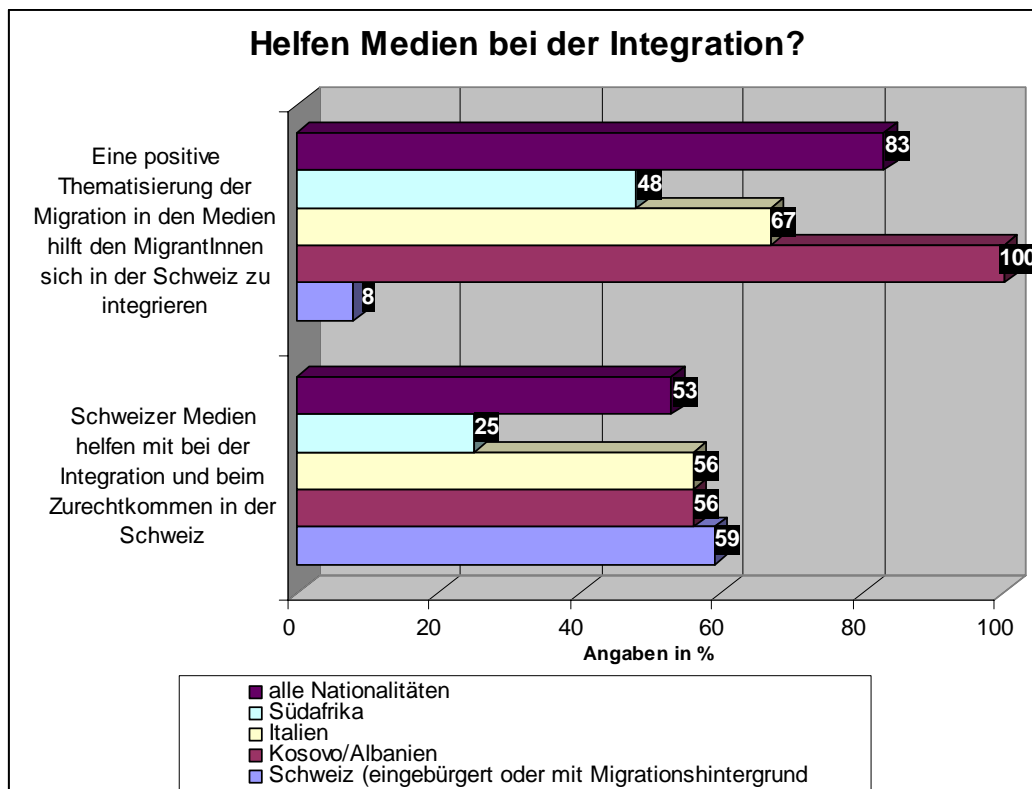
N alle= 56, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

6.5.4 Helfen Medien bei der Integration?

Insgesamt glauben ca. 50% der befragten Migrantinnen und Migranten der Westschweiz, dass die Schweizer Medien helfen, sich in der Schweiz zu integrieren (Kategorien „trifft sehr zu“ bzw. „trifft zu“). Diese Meinung teilen aber nur 25% der MigrantInnen aus südafrikanischen Ländern.

Dieser Befund ist interessant, da die befragten MigrantInnen eher davon ausgehen, dass eine positive Thematisierung der MigrantInnen in den Medien hilft, sich in der Schweiz zu integrieren (83%). Spannend ist, dass die Kosovo/AlbanerInnen gar zu 100% davon ausgehen, dass eine positive Thematisierung in den Medien den MigrantInnen bei der Integration behilflich ist, aber nur 8% der Schweizer (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund) diese Meinung teilt. Diese gehen somit davon aus, dass eine positive Thematisierung von Migration keinen Einfluss auf den Integrationsprozess hat (siehe Grafik 28).

Grafik 28: Helfen Medien bei der Integration? Französische Schweiz



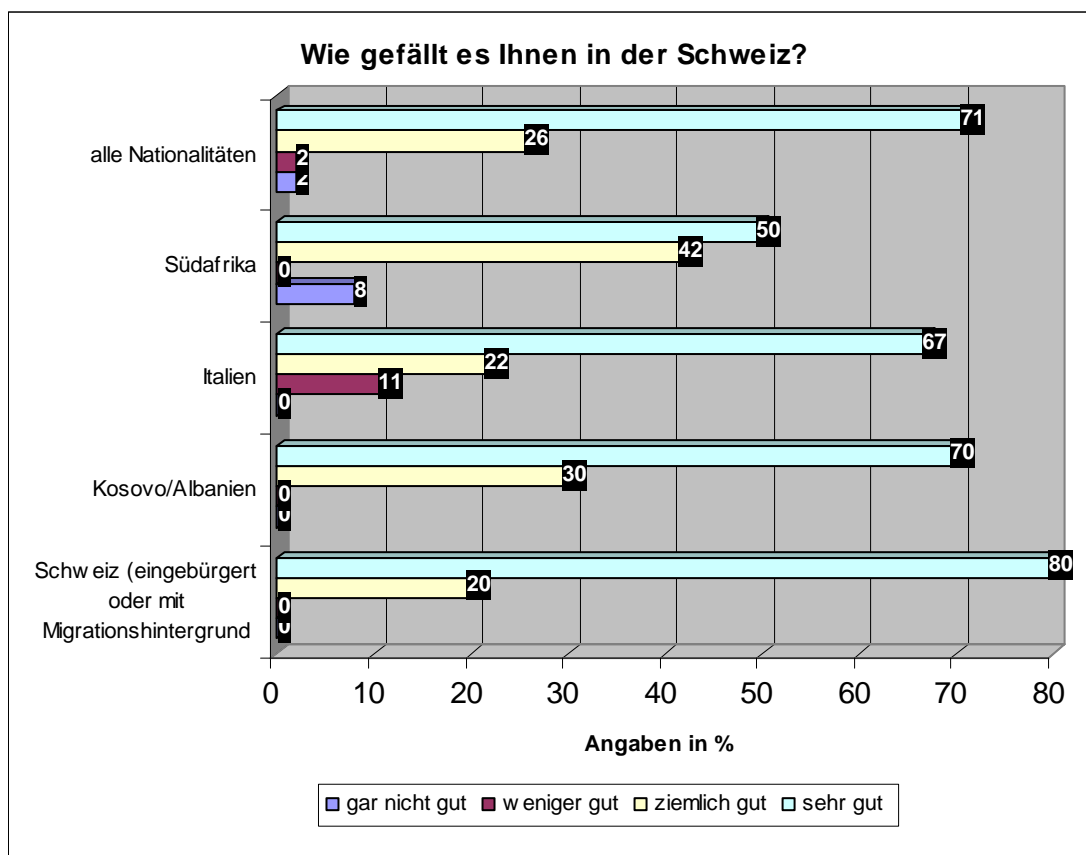
N alle= 58, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =9, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

6.5.5 Wie gefällt es den MigrantInnen in der Schweiz?

Dem grössten Teil der befragten MigrantInnen gefällt es „sehr gut“ in der französischen Schweiz. Den geringsten Anteil weisen die Migranten aus Ländern Südafrikas aus auf (50%)

und am besten gefällt es den Schweizerinnen und Schweizern (eingebürgert oder mit Migrationshintergrund), wobei hiervor ein Teil in der Schweiz aufgewachsen ist und dieses Land somit als seine Heimat betrachtet (siehe Grafik 29).

Grafik 29: Wie gefällt es den MigrantInnen in der Schweiz? Französische Schweiz



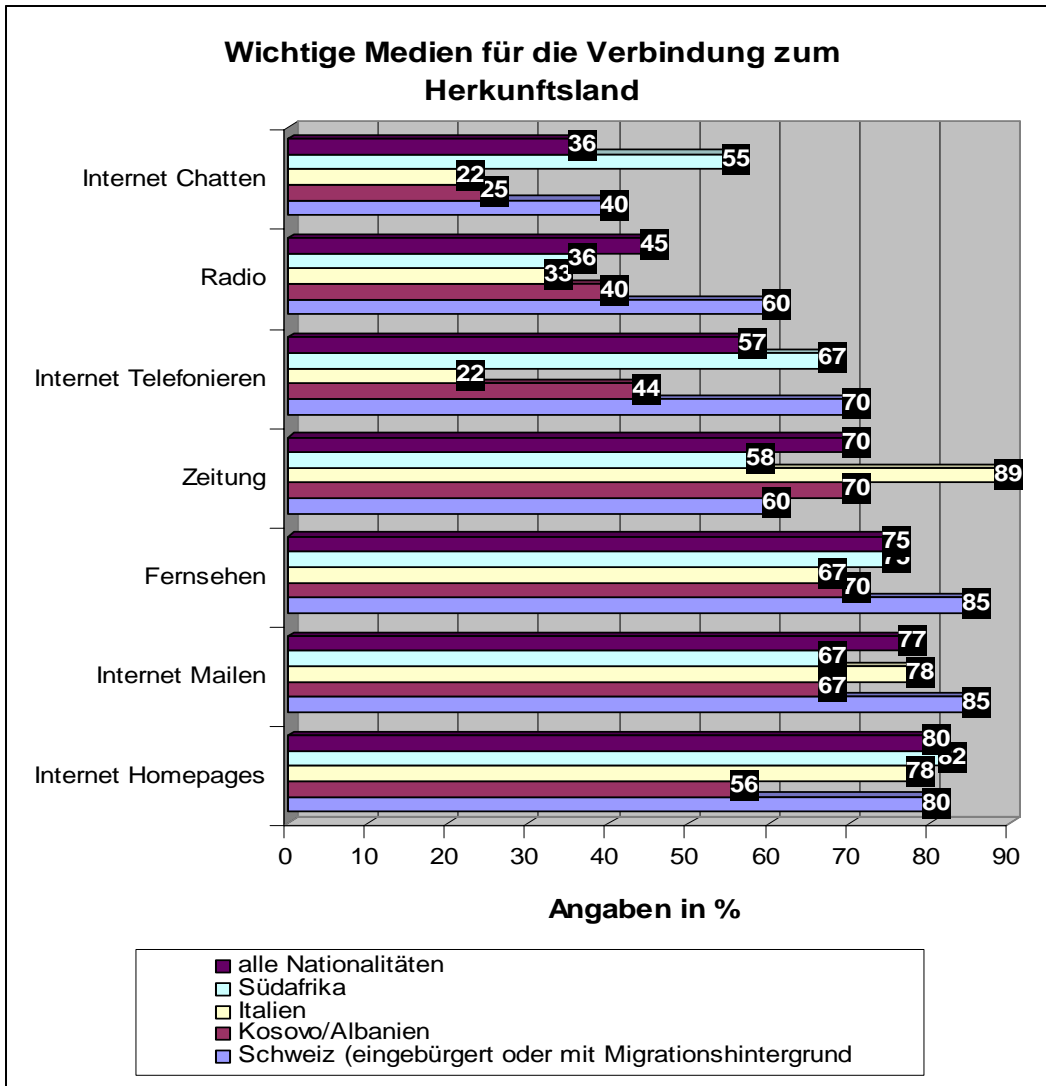
N alle= 58, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

6.5.6 Welche Medien sind wichtig zur Verbindung mit dem Heimatland?

Nimmt man alle Nationalitäten gemischt sieht es so aus, dass das Internet das wichtigste Verbindungsmedium zur Heimat darstellt. Vor allem Homepages (80%) aus dem eigenen Land oder Mailkontakt (77%) sind „sehr wichtig“ oder „wichtig“. An dritter Stelle folgte das Fernsehen.

Interessant ist, dass wiederum die Kosovo/AlbanerInnen dem Internet eine geringere Gewichtung geben (56%). Die Zeitung hingegen wird vor allem von den ItalienerInnen als wichtiges Medium gesehen, um die Verbindung zum Heimatland zu halten, während die Migranten aus Ländern Südafrikas auch das Chatten als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ beurteilen.

Grafik 30: Wie wichtig sind folgende Medien, um in Verbindung zum Herkunftsland zu bleiben? Französische Schweiz



N alle= 60, N Südafrika=12, N Italien=9, N Kosovo/Albanien =10, N Schweizer eingebürgert oder mit Migrationshintergrund=20

6.6 Zusammenfassung der schriftlichen Befragung in der französische Schweiz

Zielsetzung, Fragestellung und Methodik: Mittels einer Befragung wurden verschiedenste Aspekte des Medienumgangs von Migranten in der französischen Schweiz wie Medienausstattung (1), Nutzung der klassischen Massenmedien Presse, TV, Radio (2) und des neuen Mediums Internet (3) sowie spezifische Informationsbedürfnisse und Informationssuche (4), aber auch die Wahrnehmung und Bewertung der Medienberichterstattung über Migranten (5) untersucht.

Methode: Es handelt sich, wie bei der Erhebung in der Deutschschweiz, um eine standardisierte schriftliche Online-Befragung, ergänzt durch eine Papier-Version des Fragebogens. Die Internet-Adresse des Online-Fragebogens wurde im Schneeballverfahren im Sommer und Herbst 2007 möglichst breit gestreut, und zwar unter Verwendung der Adressen von Ausländer- und Migrationsvereinen. Die Papier-Version des Fragebogens konnte auf Wunsch angefordert werden, wurde aber auch aktiv gestreut. Total wurden 179 E-Mails und 21 Briefe mit Hinweis auf die Befragung verschickt.

Stichprobe: Insgesamt konnten 51 vollständig ausgefüllte Online-Fragebogen und 9 vollständig ausgefüllte Papierfragebogen ausgewertet werden, was insgesamt 61 auswertbare Fragebogen ergibt. Dabei ist die Altersgruppe der 40jährigen und älteren deutlich überrepräsentiert und die Migranten (57.4%) sind gegenüber den Migrantinnen (42.6%) leicht übervertreten. Insgesamt wurden Menschen aus verschiedensten Nationalitäten befragt, am häufigsten vertreten sind MigrantInnen aus den Ländern Südafrikas (18.0%), Italien (14.8%) oder dem Kosovo/Albanien (14.8%). Auch in der Befragung in der französischen Schweiz dominieren MigrantInnen mit einer hohen formalen Bildung (52.5%, Universität/Hochschule/Fachhochschule).

Wichtige Befunde:

- **Medienausstattung:** MigrantInnen, die in der französischen Schweiz leben, verfügen über eine sehr gute Medienausstattung hier in der Schweiz, im Gegensatz zur Ausstattung, über die sie noch in ihrem Herkunftsland verfügten. Etwas schlechter ausgestattet als der Durchschnitt sind diejenigen MigrantInnen aus dem Kosovo/Albanien (siehe Grafik 17):
- **Mediennutzung und subjektive Wichtigkeit der Medien:** Das mit Abstand wichtigste Medium ist das Internet, gefolgt vom Fernseher, jedoch mit deutlichem Abstand (siehe Tabelle 12-15).
- **Sprache der Mediennutzung:** Die Mediennutzung erfolgt grösstenteils auf französisch, wobei die ItalienerInnen auch gerne in italienischer Sprache fernsehen und das Internet häufig auch in der Heimatsprache täglich genutzt wird (siehe Grafik 18/20). Die schriftli-

chen Französischkenntnisse werden denn von den MigrantInnen auch grösstenteils als „sehr gut“ eingestuft, was bei häufigem Internetgebrauch Voraussetzung ist.

- **Informationsstand und Integration:** Zwar sind viele MigrantInnen in vielen Bereichen sehr gut informiert (siehe Tabelle 16-18), dennoch gibt ein sehr hoher Anteil (85-90%) an, zum Thema Arbeit und Gesundheit noch mehr Informationen zu wünschen (siehe Grafik 25). Ein sehr hoher Anteil von über 70% fühlt sich in der Schweiz „sehr gut integriert“ (siehe Grafik 26%) und entsprechend gefällt es über 70% in der Schweiz sehr gut (siehe Grafik 29).
- **Wege der Informationsbeschaffung:** Die befragten MigrantInnen fragen meist direkt bei der entsprechenden Stelle nach (93%) wenn sie Fragen haben oder suchen im Internet nach entsprechenden Informationen (83%) (siehe Grafik 23).
- **MigrantInnen mit Online-Zugang fungieren häufig als Mediatoren:** „Sehr häufig“ oder „häufig“ werden MigrantInnen zu über 60% gebeten, für andere im Internet etwas nachzuschauen. Dies ist eine wichtige Erkenntnis: Denn auch wer keinen Internetanschluss hat, kann also durchaus von Informationen, welche über das Internet verbreitet werden, profitieren (siehe Tabelle 19).
- **Bewertung der Integrationsleistung der Medien:** Ein hoher Anteil von über 80% der befragten MigrantInnen aus der französischen Schweiz gibt an, dass eine positive Thematisierung der Migration in den Medien den MigrantInnen helfen würde, sich zu integrieren, allerdings helfen die Medien direkt bei der Integration und dem Zurechtkommen in der Schweiz weniger (nur 50% glauben dies) (siehe Grafik 28).
- **Verbindung mit dem Heimatland:** Das Internet ist das wichtigste Medium für die Verbindung zum Heimatland, egal ob es sich nun um das Sammeln von Informationen auf Homepages handelt, oder ob die Mailfunktion genutzt wird (siehe Grafik 30).

7. Zusammenfassung und Fazit

Zielsetzung und Design der Studie

Die vorliegende Studie des IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich untersuchte im Auftrag des Migros-Genossenschafts-Bundes die **Mediennutzung** und die darauf bezogenen **Informationsbedürfnisse** von Migrantinnen und Migranten in der Schweiz, und zwar mit einem spezifischen **Fokus auf dem „Internet“**.

Die Befunde der Studie basieren zum einen auf einer **standardisierten Online-Befragung** von total 423 Migranten in der Deutsch- und Westschweiz, ergänzt durch eine Papierversion des Fragebogens mit einem Anteil von gut 15%, zum anderen wurden an fünf Orten der Deutschschweiz insgesamt zwölf **Leitfadengespräche mit Fokusgruppen** durchgeführt, an denen Migrantinnen und Migranten mit unterschiedlicher Herkunft teilnahmen. Leider konnte in der Westschweiz kein Gruppengespräch realisiert werden. Die Daten wurden im Sommer und Herbst 2007 erhoben.

Zum Hintergrund und Ausgangspunkt der Studie

Ein Drittel der Schweizer Bevölkerung hat einen Migrationshintergrund, d.h. diese Personen sind selbst aus dem Ausland eingewandert oder haben einen Elternteil, der eingewandert ist. Die Schweiz gilt heute als Einwanderungsland. Während man früher davon ausging, dass Arbeitsmigranten in ihr Herkunftsland zurückkehren und Arbeitsmigration auch der wichtigste Zuwanderungsgrund war, kommt heute die Mehrheit der MigrantInnen als Folge des Familiennachzugs in die Schweiz.

Wer also neu in ein Land einwandert, **braucht eine Vielzahl an Informationen**, um sich im neuen Alltag, in der Arbeitswelt, im Schul- und Gesundheitswesen oder in kommunalen Belangen der Gemeinde zurechtzufinden, aber auch damit der Prozess der **gesellschaftlichen Integration** überhaupt beginnen und gelingen kann. – Zur Zeit wird die Integrationsproblematik in den Medien und auf politischer Ebene intensiv diskutiert, wobei spektakuläre Ereignisse mit einer hohen Medienaufmerksamkeit, wie z.B. die islamistischen Bombenattentate in London 2005, zur aktiven Auseinandersetzungen mit der Frage nach dem Gelingen oder dem Scheitern der Integration ethnischer und sprachkultureller Minderheiten führten. Links- und rechtsorientierte Parteien liefern sich diesbezüglich nach wie vor kontroverse Diskussionen in Bezug etwa auf zu verschärfende Integrationsanforderungen wie minimale Deutschkenntnisse oder obligatorische Sprachtests.

Zwar ist das Thema „Migration und Integration“ dadurch der Schweizer Bevölkerung sehr präsent geworden, die meisten verfügen aber nicht oder nur in den wenigsten Fällen über direkten Kontakt mit der ausländischen Wohnbevölkerung. Meist erhalten die Schweizer Bürgerinnen und Bürger ihre Informationen über Migrantinnen und Migranten aus den Massenme-

dien, welche vor allem über die Migrations- und Integrationsproblematik, aber auch Themen im Kontext von Migration wie z.B. Kriminalität und Drogen informieren, und damit nicht zuletzt auch die **Bilder und Vorurteile der Bevölkerung über die Migranten** prägen. Obwohl die Leistungserwartungen an die Medien und die Qualität ihrer Berichterstattung nicht im Zentrum der vorliegenden Studie standen, wurden die Migrantinnen und Migranten nach ihrer eigenen Einschätzung der Medienberichterstattung befragt, stellen den Medien aber kein gutes Zeugnis aus. Dementsprechend werden in den jüngsten Empfehlungen der Eidgenössischen Ausländerkommission EKA (2007: 4) **auch die Medien in ihrer Verantwortung mit folgender Zielsetzung angesprochen:** „Über Zugewanderte, ihre Situation, ihre Erfolge, ihre Anliegen und Probleme wird in den Medien differenziert, angemessen und nicht pauschalisiert berichtet. Gebührenfinanzierte Medien bieten Programme an, die sich auch an den Bedürfnissen von Migrantinnen und Migranten orientieren.“

Im Zentrum der vorliegenden Studie standen jedoch die Migrantinnen und Migranten selbst, ging es doch zentral um die **Abklärung sowohl der Mediennutzung als auch der Informationsbedürfnisse der MigrantInnen**, und zwar im Zusammenhang mit ihrer Integration in der Schweiz zum einen, und zum anderen in Bezug auf das Projekt conTAKT-net.ch von Migros-Kulturprozent speziell um die Frage: **Vermag das Internet einen Beitrag zur Integration von Migranten zu leisten?**

Kernbefunde der Studie

Nachfolgend werden nochmals die wichtigsten Kernbefunde der Studie wiedergegeben, welche jeweils noch detaillierter am Ende der entsprechenden Teile für die Deutschschweiz (Kapitel 4.6, S. 49) und für die Westschweiz (Kapitel 6.6, S. 87) ausgewiesen sind.

- **Medienzugang:** Die Versorgung der in der Schweiz lebenden Migranten mit Massenmedien kann als sehr gut bezeichnet werden; insbesondere ist der **Zugang zu Computer und Internet mit gut 90% sehr hoch**; ähnliche Werte finden sich auch in der Studie zum Stellenwert von Medien im Leben der Heranwachsenden mit Migrationshintergrund in der Schweiz von Bonfadelli/Bucher (2007).
- **Mediennutzung:** Die Medien spielen im Leben der Migranten eine wichtige Rolle, wobei überraschend das **Internet noch vor Presse und Fernsehen** als subjektiv wichtigstes Medium bewertet wird. Mehr als die Hälfte nutzt das Internet täglich und weitere gut 20% mehrmals pro Woche; Deutsch- und Westschweiz unterscheiden sich dabei kaum. Das Radio ist für Migranten aber nur von nachrangiger Bedeutung.
- **Sprache der Mediennutzung:** Die Nutzung nicht nur des Fernsehens erfolgt mehrheitlich in deutscher bzw. französischer Sprache; es besteht also **kein Medienghetto**. Überraschend ist vielleicht, dass die Gratis-Pendlerzeitungen, aber auch die (Gratis-) Lokalzeitungen von den Migranten rege benutzt werden.

- **Informationsstand und Integration:** Ein positiver Befund äussert sich darin, dass die Mehrheit der Befragten mit ihrer Situation in der Schweiz recht zufrieden sind und sich hier auch sehr oder mindestens ziemlich gut zurechtfinden; etwas weniger ausgeprägt ist dies in der Deutschschweiz bei den Migranten aus dem Balkan und der Türkei.
- **Informationsbedürfnisse** bestehen vorab in den Bereichen Arbeitsmarkt/Arbeits-situation, Gesundheit, Freizeit, Gemeinde und Wohnungsfragen. Grundsätzlich zeigten sich fast alle Migranten interessiert an der Schweiz; **die meisten bemühen sich offenbar, etwas über die Schweizer Kultur zu erfahren und zu lernen, was hier als „normal“ gilt.**
- **Informationssuche:** Migrantinnen und Migranten fragen am häufigsten direkt bei der entsprechenden Stelle nach, von der sie eine Information brauchen; interessanterweise kommt **an zweiter Stelle schon die Suche im Internet.** An dritter und vierter Stelle erst werden Bekannte aus der Schweiz oder aus dem eigenen Heimatland als Informationsquellen angefragt.
- **Wie findet man Informationen auf dem Internet?** – Neben dem Gebrauch von Suchmaschinen oder dem Zufall sind es meist **Freunde und Bekannte, welche auf relevante Homepages hinweisen.**
- **Migranten mit Online-Zugang fungieren häufig als Mediatoren oder Info-Broker** für Freunde, Bekannte und Verwandte; dies gilt aber auch für die Jugendlichen bzw. jüngeren Personen in einem Haushalt gegenüber den Erwachsenen wie beispielsweise die Eltern.
- **Vielfältige Funktionen der Medien:** Medien werden nicht nur zur Information und zur Orientierung in der Schweiz benutzt, sondern sie dienen auch zur aktuellen Information über das Geschehen im Heimatland und zur Aufrechterhaltung des Kontakts mit bekannten und verwandten Personen, die dort noch leben.
- **Die Bewertung der Schweizer Medien ist ambivalent.** Eine Mehrheit der befragten Migranten findet, dass in den Schweizer Medien zu negativ über sie berichtet wird, und dass unter Integration vor allem einseitige Anpassung verstanden werde. Allerdings gibt es eine recht starke Gruppe von Befragten in der Westschweiz, welche sogar der Meinung ist, dass zu positiv über Migranten berichtet werde. Insgesamt besteht jedoch eine skeptische Haltung gegenüber potentiellen Integrationsleistungen der Medien. Allerdings finden die meisten, dass eine positivere Medienberichterstattung einen Beitrag zur Integration leisten könnte. – Die Integration scheint aber je nach Herkunft und ethnischer Gruppe unterschiedlich gut zu gelingen.

Fazit der Studie

Die hier vorgelegte Studie belegt, dass das Internet in der Schweiz einen überraschend wichtigen Stellenwert im Leben der heutigen Migranten und Migrantinnen einnimmt. Alltagsrelevante Informationen und Orientierungsangebote für MigrantInnen über das Internet bereitzustellen, scheint darum ein zugleich erfolgversprechender, praktikabler, aber auch effektiver Weg zu sein, Migrantinnen und Migranten verschiedenster Nationalitäten zu erreichen und deren Integration in den Alltag und die Gesellschaft der Schweiz zu erleichtern und zu verbessern.

Wie bestehende Evaluationsstudien zeigen (z.B. Livingstone 2007), ist es aber **entscheidend, dass die per Internet angebotenen Informationen nicht einseitig nur aus der Perspektive der Anbieter erstellt werden**, sondern bezüglich Inhalt, Aufmachung und Navigation **aus der Nutzerperspektive konzipiert** sind. Hier scheint das vom **Projekt „conTAKT-net.ch“** gewählte Vorgehen, Internetangebote auf kommunaler Ebene mit Hilfe von eigenaktiven und partizipativen Gruppen mit Migrationshintergrund zu erstellen, erfolgversprechend zu sein.

Doch nicht nur wer selbst das Internet nutzt, profitiert von den vorhandenen Informationen: Da **viele MigrantInnen zudem als Mediatoren fungieren**, und für andere Personen im Internet Informationen suchen und nachschauen, verbreiten sich die über das Internet angebotenen Informationen sogar weit **über den engeren Kreis der Internetnutzer hinaus**. Auch wer keinen Zugang zum Internet hat oder nicht über notwendige Nutzungskompetenz verfügt, hat so die Möglichkeit, indirekt auf interpersonalem Weg von den dort bereitgestellten Informationen zu profitieren.

Neben Suchmaschinen und Zufall sind es meistens Freunde, Bekannte oder Verwandte, welche Migranten und Migrantinnen auf interessante und relevante Internetsites und Homepages aufmerksam machen. Der **Nutzen des Internets könnte darum noch optimiert werden**, wenn bei Behörden, Ämtern, Ärzten, Bibliotheken, Schulen etc. **gezielt mit Info-Blättern auf nützliche Internetadressen hingewiesen würde**.

Übereinstimmungen, aber auch Unterschiede: Grundsätzlich zeigen sich in der vorliegenden Studie **zwischen der Deutsch- und Westschweiz viele Übereinstimmungen** bezüglich Medienbesitz, Mediennutzung und Medienfunktionen. Allerdings bestehen in verschiedenen Bereichen **auch mehr oder weniger stark ausgeprägte Unterschiede**, nicht zuletzt auch **zwischen den verschiedenen Migrantengruppen**; aber auch Faktoren wie Sprachkompetenz, Alter oder Bildungsniveau sind relevant. Während in der Deutschschweiz beispielsweise Migranten aus Italien und der Türkei das Internet besonders aktiv nutzen, tun sich offenbar Migranten aus Ländern des Balkans eher schwer damit; dies gilt übrigens für diese Gruppe auch in der Westschweiz. Dort benutzen Migranten aus den südlichen Ländern Afrikas wiederum das Internet besonders rege; Migranten aus Italien freilich unterdurchschnittlich.

8. Literatur

- Adoni, Hanna / Caspi, Dan / Cohen, Akiba (2006): *Media, Minorities and Hybrid Identities. The Arab and Russian Communities in Israel*. Hampton Press: Cresskill, N.J.
- Anker, Heinrich / Ermutlu, Manolya / Steinmann, Matthias (1995): *Die Mediennutzung der AusländerInnen in der Schweiz*. SRG-Forschungsdienst. Bern.
- ARD/ZDF-Medienkommission (2007): *Migranten und Medien 2007*. Mainz/Frankfurt.
- Aumüller, Jutta (2007): *Türkische Fernsehmedien in Deutschland*. In: Bonfadelli, Heinz / Moser, Heinz (Hg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* VS Verlag: Wiesbaden, S. 21-42.
- Becker, Jörg (2007): *Für Vielfalt bei den Migrantenmedien: Zukunftsorientierte Thesen*. In: Bonfadelli, Heinz / Moser, Heinz (Hg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* Wiesbaden, S. 43-52.
- Berry, John W. (1997): *Immigration, acculturation and adaption*. In: *Applied Psychology*, 46, S. 5-68.
- Berry, John W. (2001): *A Psychology of Immigration*. In: *Journal of Social Issues*, 57(3), S. 615-631.
- Berry, John W. / Phinney, Jean S. / Sam, David L. (2006): *Immigrant Youth: Acculturation, Identity, and Adaption*. In: *Applied Psychology*, 55(3), S. 303-332.
- Böhmer, Maria (2007): *Die Bedeutung der Medien für die Integration*. Referat an der Fachtagung „Migranten und Medien 2007“ in Mainz.
- Bonfadelli, Heinz (2002): *Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2007): *Die Darstellung ethnischer Minderheiten in den Massenmedien*. In: Bonfadelli, Heinz / Moser, Heinz (Hg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* VS Verlag: Wiesbaden, S. 95-116.
- Bonfadelli, Heinz / Marr, Mirko (2007): *Journalistinnen und Journalisten im privaten Rundfunk der Schweiz. Hauptergebnisse einer Online-Befragung im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM)*. Zürich.
- Bonfadelli, Heinz / Moser, Heinz (Hg.) (2007): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* VS Verlag: Wiesbaden.
- Bucher, Priska / Bonfadelli, Heinz (2007): *Mediennutzung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in der Schweiz*. In: Bonfadelli, Heinz / Moser, Heinz (Hg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* VS Verlag: Wiesbaden, S. 119-145.
- Burkart, Roland (2002): *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. Wien/Köln/Weimar.
- Busch, Brigitta (1999): *Von Minderheitenmedien zu Medien in multilingualen & multikulturellen Situationen*. In: *Medien Journal*, Nr.2, S. 3-23.
- Butterwegge, Christoph / Hentges, Gudrun / Sarigöz, Fatma (Hg.) (1999): *Medien und multikulturelle Gesellschaft*. Opladen.
- Butterwegge, Christoph / Hentges, Gudrun (Hg.) (2006): *Massenmedien, Migration und Integration. Herausforderungen für Journalismus und politische Bildung*. Wiesbaden.
- Camauër, Leonor (2003): *Ethnic Minorities and their Media in Sweden. An Overview of the Media Landscape and State Minority Media Policy*. In: *Nordicom Review*, 24(2), S. 69-88.
- Chu, Clara (1999): *Immigrant Children Mediators (ICM): Bridging the Literacy Gap in Immigrant Communities*. Paper at 65th IFA Council and General Conference, Bangkok.
- Corboud Fumagalli, Adrienne (1996): *Une Suisse ou trois régions? Les journaux télévisés*. In: *Medienwissenschaft Schweiz*, Heft 1, S. 11-17.

- Courtright, Christina (2006): Health information-seeking among Latino newcomers: an exploratory study. In: *Information Research*, 10(2).
- d'Haenens, Leen (2003): ICT and Multicultural Society. The Netherlands: A Context for Sound Multiform Media Policy? In: *Gazette*, 65(4-5), S. 401-421.
- d'Haenens, Leen / Beentjes, J.W.J. / Bink, S. (2000): The Media Experience of Ethnic Minorities in the Netherlands: A Qualitative Study. In: *Communications*, 25(3), S. 325-341.
- Devroe, Ilse (2004): „This is not who we are“: Ethnic minority audiences and their perceptions of the Media. Paper presented at the Conference Dialogue “Communication and Cultural Diversity”. Barcelona.
- Dürmüller, Urs (1996): Mehrsprachigkeit im Wandel. Von der viersprachigen zur vielsprachigen Schweiz. Zürich.
- Eidgenössische Ausländerkommission EKA (2007): Integration und Medien. Empfehlungen der EKA. Bern.
- Entman, Robert (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In: *Journal of Communication*, 43(4), S. 51-58.
- Fisher, Karen E. / Durrance, Joan C. / Bouch Hinton, Marian (2004): Information Grounds and the Use of Need-Based Services by Migrants in Queens, New York: A Context Based, Outcome Evaluation Approach. In: *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 55(8), S. 754-766.
- Gattlen, Roman / Steinmann, Matthias / Zaugg Sabine (2000): Medien und Identität. Eine Studie zum Beitrag von Radio- und Fernsehprogrammen zur gesellschaftlichen und kulturellen Integration in der Schweiz. SRG-Forschungsdienst: Bern.
- Gerhards, Jürgen (1994): Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 34. Opladen, S. 77-105.
- d'Haenens, Leen (2007): Medien und Diversität in den Niederlanden: Politik und Forschung im Überblick. In: Bonfadelli, Heinz / Moser, Heinz (Hg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum?* VS Verlag: Wiesbaden, S. 147-181.
- Geißler, Rainer / Pöttker, Horst (Hg.) (2005): *Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland*. Bielefeld.
- Geißler, Rainer / Pöttker, Horst (Hg.) (2006): *Integration durch Massenmedien – Mass Media-Integration*. Bielefeld.
- Güntürk, Reyhan (1999): Mediennutzung der Migranten – mediale Isolation? In: Butterwege, Christoph u.a. (Hg.): *Medien und multikulturelle Gesellschaft*. Opladen, S. 136-143.
- Hinkelbein, Oliver (2004): *Ethnische Minderheiten, neue Medien und die digitale Kluft: Deutschland als Entwicklungsland?* bremer institut für kulturforschung: Bremen.
- Jarren, Otfried (2000): Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an die Medien. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 48(1), S. 22-41.
- Jeffres, Leo W. (2000): Ethnicity and Ethnic Media Use. A Panel Study. In: *Communication Research*, 27(4), S. 496-535.
- Kepplinger, Hans Mathias (1989): Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In: Kaase, Max / Schulz, Winfried (Hg.): *Massenkommunikation*. Opladen, S. 199-220.
- Lamnek, Siegfried (2005): *Gruppendiskussion. Theorie und Praxis*. Weinheim.
- Leurdijk, Andra (2006): In search of a common ground. Strategies for multicultural television producers in Europe. In: *Cultural Studies*, 9(1), S. 25-46.

- Livingstone, Sonja (2007): The Challenge of Engaging Youth Online. Contrasting Producers' and Teenagers' Interpretations of Websites. In: *European Journal of Communication*, 22(2), S. 165-184.
- Luginbühl, Martin (2007): „Fremde“ in den Nachrichten des Schweizer Fernsehens: 1957-1999. In: Bonfadelli, Heinz / Moser, Heinz (Hg.): *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? VS Verlag: Wiesbaden*, S. 53-69.
- McKenzie, Pamela (2003): A model of information practices in accounts of everyday-life information seeking. In: *Journal of Documentation*, 59(1), S. 19-40.
- McQuail, Denis (2000): *Mass Communication Theory*. London/Thousand Oaks/New Delhi.
- Müller, Daniel (2005): Die Darstellung ethnischer Minderheiten in Deutschland. In: Geißler, Rainer / Pöttker, Horst (Hg.): *Massenmedien und Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand und Bibliographie*. Bielefeld: Verlag transkript, S. 83-126.
- The Centre for Applied Cross-cultural Research (2007): *Nau mai haere mai ki Aotearoa: Information seeking behaviour of New Zealand immigrants. A research report commissioned by the New Zealand Federation of Ethnic Councils*. Victoria University of Wellington.
- Ronneberger, Franz (1964): Die politischen Funktionen der Massenkommunikationsmittel. In: *Publizistik*, 9, S. 291-304. Auch in: Langenbacher, Wolfgang (1974) (Hg.): *Zur Theorie der politischen Kommunikation*. München.
- Savolainen, Reijo / Kari, Jarkko (2004): Conceptions of the Internet in everyday life information seeking. In: *Journal of Information Science*, 30(3), S. 219-226
- Saxer, Ulrich (1974): Funktionen der Massenmedien in der modernen Gesellschaft. In: Kurzrock, Rupert (Hg.): *Medienforschung*. Berlin, 22-33.
- Saxer, Ulrich (1991): Medien als Problemlösende Systeme. In: *SPIEL*, 10(1), S. 45-79.
- Schatz, Heribert / Holtz-Bacha, Christina / Nieland, Jörg-Uwe (Hg.) (2000): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*. Wiesbaden.
- Silvio, Dominic Hakim u.a. (2006): The information needs and information seeking behavior of immigrant southern Sudanese youth in the city of London, Ontario: an exploratory study. In: *Library Review*, 55(4), S. 259-266.
- Subervi-Velez, Frederico A. (1986): The Mass Media and Ethnic Assimilation and Pluralism. A Review and Research Proposal with Special Focus on Hispanics. In: *Communication Research*, 13(1), 71-96.
- Themenheft (2007): *Mediennutzung von Migranten*. In: *Media Perspektiven*, Heft 3, S. 123-164.
- Trebbe, Joachim / Weiß, Hans-Jürgen (2007): Integration als Mediennutzungsmotiv? Eine Typologie junger türkischer Erwachsener in Nordrhein-Westfalen. In: *Media Perspektiven*, Heft 3, S. 136-152.
- Vasella, Lucia (2007): *Das Lokalradio als Weltenempfänger. Eine Untersuchung zur Integrationsleistung von Sendungen für sprachkulturelle Minderheiten*. Lizentiatsarbeit an der Universität Bern.
- WDR Westdeutscher Rundfunk (2007): *Zwischen den Kulturen. Fernsehen, Einstellungen und Integration junger Erwachsener mit türkischer Herkunft in Nordrhein-Westfalen*. Köln.
- Weaver, David u.a. (2007): *The American Journalist in the 21st Century. U.S. News People at the Dawn of the Millennium*. Mahwah, New Jersey.
- Windgasse, Thomas (2007): Die Radionutzung von Migranten im Kontakt anderer Medien. In: *Media Perspektiven*, Heft 3, S. 153-161.

Anhang I: Fragebogen Deutschschweiz

Anhang II: Fragebogen Westschweiz

Anhang III: Leitfaden Gruppendiskussion



Befragung von Migrantinnen und Migranten in der Schweiz

Die Universität Zürich führt für Migros-Kulturprozent und das Bundesamt für Kommunikation eine Befragung bei AusländerInnen und MigrantInnen zur Nutzung der Medien und des Internets durch. Die Resultate sollen helfen, die Medienangebote für AusländerInnen in der Schweiz zu verbessern. Wir danken allen recht herzlich, die sich die Zeit nehmen, unseren Fragebogen bis Mitte Oktober auszufüllen!

Teil 1: Fragen zur Mediennutzung

Bitte geben Sie immer nur eine Antwort, bei mehreren Antwortmöglichkeiten ist dies bei der Frage vermerkt.

1. Welche Medien sind bei Ihnen zu Hause vorhanden? (Mehrfachantwort möglich)

	Heute bei mir zu Hause in der Schweiz	früher in meinem Herkunftsland
Fernseher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitungs – Abonnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitschriften – Abonnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bücher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Videorecorder / DVD-Player/Recorder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CD/MP3-Player / Kassettenrecorder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Computer / Notebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetanschluss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Wie häufig nutzen Sie die folgenden Medien?

	(fast) täglich	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	weniger	nie
(Schweizer) Fernsehen In deutscher Sprache (z. B. SF1, Tele Züri, Star TV)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fernsehen In meiner Muttersprache	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Schweizer) Radio In deutscher Sprache (z. B. DRS1, Radio 24, Basilisk)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio In meiner Muttersprache	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet (mit Schweiz-Bezug) In deutscher Sprache (z.B. Internetseite / Forum / Chat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet In meiner Muttersprache	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Schweizer) Zeitungen In deutscher Sprache (z. B. 20 Minuten, Tages-Anzeiger, NZZ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitungen In meiner Muttersprache	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



3. Welche Sender, Homepage, Zeitung nutzen Sie am liebsten?

TV: mein Lieblingssender _____

Radio: mein Lieblingssender _____

Internet: meine Lieblingshomepage _____

Meine Lieblingszeitung _____

4. Wie wichtig sind Ihnen folgende Medien?

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig
Fernsehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Nutzen Sie Medienangebote, die speziell für MigrantInnen in der Schweiz gemacht werden? (Mehrfachantwort möglich)

- Nein, weil ich
- keine solchen Angebote kenne
- solche Angebote nicht benötige
- anderer Grund: _____
- Ja, weil ich
- die deutsche Sprache nicht so gut verstehe
- mich so mit meinem Herkunftsland verbunden fühle
- mich so besser in der Schweiz integrieren kann
- anderer Grund: _____

6. Falls ja, welche Medienangebote speziell für MigrantInnen nutzen Sie?(Mehrfachantwort möglich)

	regel-mässig	ab und zu	selten	nie
Migranten-Zeitung (z.B. „Information“ bzw. Zeitschrift für Migrantinnen und Migranten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alternativ-Radio / Ethno-Radio (z.B. Lora, Rabe)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetportale für MigrantInnen (z.B. www.enzian.ch)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Wenn Sie ein Radioprogramm für MigrantInnen nutzen: Wie und wann sind Sie darauf aufmerksam geworden? (Mehrfachantworten möglich)

Durch Bekannte oder Freunde

Ich kenne jemanden, der dort arbeitet

Durch Info / Werbung bei einer Schweizer Behörde

Durch Info / Werbung bei einem Kulturverein o. ähnliches

Durch Info / Werbung vom Radio selber (z.B.: Info-Stand)

Durch andere Medien (Zeitung, Fernsehen usw.)

Ich habe gezielt nach solchen Angeboten gesucht

Durch Zufall beim Radiohören

Zum ersten Mal habe ich in der Schweiz Radiosendungen für MigrantInnen gehört: (Jahr) (Monat)



8. Wenn Sie eine Homepage auf dem Internet für MigrantInnen nutzen: Wie und wann sind Sie darauf aufmerksam geworden? (Mehrfachantworten möglich)

Durch Bekannte oder Freunde	<input type="checkbox"/>
Ich kenne jemanden, der dort arbeitet	<input type="checkbox"/>
Durch Info / Werbung bei einer Schweizer Behörde	<input type="checkbox"/>
Durch Info / Werbung bei einem Kulturverein o. ähnliches	<input type="checkbox"/>
Durch Info / Werbung im Internet selber	<input type="checkbox"/>
Durch andere Medien (Zeitung, Fernsehen usw.)	<input type="checkbox"/>
Ich habe gezielt nach solchen Angeboten gesucht	<input type="checkbox"/>
Durch Zufall beim surfen	<input type="checkbox"/>

Zum ersten Mal habe ich eine Homepage, welche speziell für MigrantInnen ist, verwendet: (Jahr) (Monat)

9. Wie beurteilen Sie persönlich die Medienberichterstattung über MigrantInnen in der Schweiz?

	trifft sehr zu	trifft zu	trifft weniger zu	trifft nicht zu
Ich finde mich in der Berichterstattung der Medien als MigrantIn wieder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Über MigrantInnen wird zu wenig berichtet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Über MigrantInnen wird zu viel berichtet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Über MigrantInnen wird so berichtet, wie sie in Wirklichkeit sind	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Über MigrantInnen wird zu negativ berichtet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Über MigrantInnen wird zu positiv berichtet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schweizer Medien helfen mir bei der Integration und beim Zurechtkommen in der Schweiz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schweizer Medien liefern mir genug Informationen über mein Herkunftsland zu erhalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine positive Thematisierung der Migration in den Medien hilft den MigrantInnen, sich in der Schweiz zu integrieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiss nicht, nutze keine Schweizer Medien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Teil 2: Information und Integration

10. Wie gut finden Sie sich im Alltag in der Schweiz zurecht?

	sehr gut	ziemlich gut	weniger gut	gar nicht gut
Mit Gemeinden, Behörden, Ämtern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit der Schule/LehrerInnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit dem Wohnungsvermieter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit Arbeitsgebern, Vorgesetzten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit Schweizer Bekannten/Freunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit Schweizer Familien/Nachbarn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



11. Wenn Sie Informationen brauchen, auf welchem Weg informieren Sie sich?

	trifft sehr zu	trifft zu	trifft weniger zu	trifft nicht zu
Ich gehe zur Beratungsstelle für MigrantInnen von Leuten aus meinem Herkunftsland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich gehe zur Beratungsstelle für MigrantInnen von Schweizern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich frage einen Bekannten aus meinem Herkunftsland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich frage einen Bekannten aus der Schweiz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich frage direkt bei der entsprechenden Stelle nach (z.B. Schule, Gemeinde, Arbeitgeber...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich suche im Internet nach der Information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich schreibe Bekannten eine E-Mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich gehe in ein Chatforum, um Informationen auszutauschen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Zu welchen Alltagsfragen in der Schweiz hätten Sie gerne mehr Informationen?

	sehr interessiert	interessiert	weniger interessiert	gar nicht interessiert
Gemeinde: Anmelden, Steuern ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schule: Noten, Lehrer ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arbeit: Berufsausbildung, Arbeitssuche, Löhne, Rechte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wohnungssuche: Miete, Rechte ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesundheit: Krankenkasse, Ärzte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kinder: Kinderbetreuung, Spielgruppe, Spielplätze...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Auto: Fahrausweis, Kauf ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freizeit: Vereine, Kultur, Sport ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausländerorganisationen: Angebote ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausgang: Jugendzentren, Discos ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sucht: Information, Prävention ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anderes: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



13. Wie wichtig sind Medien für Sie, um in Verbindung zum Herkunftsland zu bleiben?

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	gar nicht wichtig
Fernsehen (z.B. Nachrichten oder Filme aus meinem Herkunftsland)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio (z.B. Nachrichten oder andere Radiosendungen aus meinem Herkunftsland)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitung (z.B. eine Tageszeitung aus meinem Herkunftsland)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet Homepages (z.B. Homepages mit Informationen zu meinem Herkunftsland)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet Mailen (z.B. mit meinen Verwandten und Freunden aus meinem Herkunftsland)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet Chatten (z.B. Chatten mit Freunden und Bekannten aus meinem Herkunftsland)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet Telefonieren (z.B. Telefonieren mit Skipe oder einer anderen Software übers Internet in mein Herkunftsland)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Wie häufig und von wem werden Sie gebeten, Informationen im Internet für andere Personen nachzuschauen?

	sehr häufig	häufig	selten	nie
Wie häufig werden Sie von anderen Personen gebeten, für diese etwas im Internet nachzuschauen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Von wem werden Sie gebeten, im Internet etwas nachzuschauen?

- Von meinen Eltern

- Von meinen Kindern

- Von meinen Geschwistern

- Von anderen Familienmitgliedern/Verwandten

- Von Freunden

- Andere Personen , nämlich _____

Weshalb werden gerade Sie gebeten, etwas im Internet für andere Personen nachzuschauen?



Teil 3:

Zum Schluss hätten wir gerne noch Angaben zu Ihrer Person

15. Wie alt sind Sie?

..... Jahre

16. Ihr Geschlecht?

- männlich
- weiblich

17. Ihr Familienstand?

- Alleinstehend (single)
- Feste Partnerschaft (Konkubinat)
- Verheiratet
- Verwitwet
- Geschieden

18. Leben Sie mit einem Partner/einer Partnerin aus der Schweiz zusammen?

- Ja
- Nein welche Nationalität: _____

19. Wie viele Personen leben in ihrem Haushalt?

Anzahl Erwachsene _____ Anzahl Kinder _____

20. Ihre Nationalität? (Doppelbürger bitte beide Länder ankreuzen)

- Italien
- Türkei
- Spanien
- Schweiz
- Kroatien
- Kolumbien, Argentinien
- Sri-Lanka
- Anderes _____

21. In welchem Land sind Sie aufgewachsen, d.h. haben Sie den grössten Teil Ihrer Kindheit verbracht?

- Italien
- Türkei
- Spanien
- Schweiz
- Kroatien
- Kolumbien, Argentinien
- Sri-Lanka
- Anderes _____

22. Welches ist ihre Muttersprache, d.h. die Sprache, in der Sie sich am besten ausdrücken können?

23. Welchen Beruf üben/übten Sie aus?

Im Herkunftsland _____ In der Schweiz _____

24. Welches ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

- Primar- Volksschule / Anlehre
- Berufsschule, Berufslehre
- Höhere Fachschule/Meisterdiplom
- Gymnasium / Berufsmatura / Lehrerseminar
- Hochschule / Universität / Fachhochschule



25. Welches ist ihr aktueller Wohnort?

Ich wohne in _____ (Ort) im Kanton _____

26. Wann sind Sie in die Schweiz eingewandert?

Im Jahr _____

27. Wie schätzen Sie Ihre Deutschkenntnisse ein?

mündlich	sehr gut	gut	mittel	gering
Hochdeutsch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schweizerdeutsch/ Dialekt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
schriftlich	sehr gut	gut	mittel	gering
Hochdeutsch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Wie oft sprechen Sie in Ihrem Alltag Schweizerdeutsch?

	(fast) immer	oft	ab und zu	selten	nie
Bei der Arbeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In der Freizeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Wie fühlen Sie sich in der Schweiz integriert?

Sehr gut ziemlich gut weniger gut gar nicht gut

30. Wie gefällt es Ihnen in der Schweiz?

Sehr gut ziemlich gut weniger gut gar nicht gut

Herzlichen Dank für die Teilnahme an unserer Umfrage.
Als Dankeschön verlosen wir 10 Migros-Gutscheine im Wert von je 50.- sfr.

Wenn sie an der Verlosung teilnehmen möchten, füllen Sie bitte dieses Feld aus.
Ihre Daten werden NICHT weitergegeben und absolut anonym behandelt.

Name _____ Vorname _____
Strasse _____ Nr. _____
PLZ _____ Ort _____
E-Mail _____



Interview de migrants et migrantes en Suisse

L'université de Zürich effectue un sondage auprès des migrants et étrangers au sujet de leur utilisation des médias et d'Internet, ceci pour le compte du pourcent culturel Migros et du département fédéral de la communication. Les résultats ont pour but d'aider à améliorer l'offre médiatique pour les étrangers. Nous remercions sincèrement tous ceux qui ont su trouver le temps de remplir notre questionnaire. Délais du sondage est le 31 octobre.

1ère partie: questions sur l'utilisation des médias

Veuillez s'il vous plaît ne donner qu'une seule réponse. S'il y'a plusieurs possibilités de réponses, ceci est indiqué avec la question.

1. Quels médias sont présents chez vous? (plusieurs réponses sont possibles)

	Aujourd'hui, chez moi en Suisse	Autrefois dans mon pays d'origine
Télévision	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journaux – Abonnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Magazines – Abonnement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Livres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MagnétoSCOPE / lecteur DVD		
/enregistreur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CD / lecteur MP3 / enregistreur de cassettes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ordinateur / ordinateur portable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accès à Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. A quelle fréquence utilisez-vous les médias suivants ?

	(Presque) chaque jour	Plusieurs fois par semaine	Une fois par semaine	Moins d'une fois par semaine	Jamais
Télévision (Suisse) En français (par exemple: TSR1, TSR2, TVRL)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Télévision Dans ma langue maternelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio (Suisse) En français (par exemple: RSR, NRJ, Radio Lac)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio Dans ma langue maternelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet (avec un rapport à la Suisse) En français (p. ex.: site Internet / forum / chat)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet Dans ma langue maternelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journaux (Suisse) En français (p. ex.: 20 minutes, 24 heures, Le Matin, Le Temps)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journaux Dans ma langue maternelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



3. Quelle émission, site Internet, journal préférez-vous utiliser?

- TV: mon émission préférée _____
- Radio: mon émission préférée _____
- Internet: mon site Internet préféré _____
- Mon journal préféré _____

4. A quel point les médias suivants sont-ils importants pour vous ?

	Très important	Important	Moins important	Pas important du tout
Télévision	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Utilisez-vous des médias, qui ont été conçus spécialement pour les migrants en Suisse ? (plusieurs réponses possibles)

- Non, parce que je
 - ne connais pas ce genre d'offre
 - n'ai pas besoin de ce genre d'offre
 - autre raison: _____
- Oui, parce que je
 - ne comprends pas bien le Français
 - me sens de cette manière plus proche de mon pays d'origine
 - peux de cette manière mieux m'intégrer
 - autre raison: _____

6. Si oui, quelles offres médiatiques spécialement pour les migrants utilisez-vous ? (plusieurs réponses possibles)

	Régulière-ment	De temps en temps	Rarement	Jamais
Journaux pour migrants (p.ex. : „Information“ respectivement magazines pour migrants)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio alternative / Radio ethno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sites Internet pour les migrants (p.ex. : www.enzian.ch)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Si vous utilisez un programme radio pour migrants, comment et quand l'avez-vous connu ? (plusieurs réponses possibles)

- Par des connaissances ou des amis
- Je connais quelqu'un qui travaille pour un de ces programmes.
- Par des infos / de la publicité d'une administration suisse
- Par des infos / de la publicité d'un centre culturel ou quelque chose de semblable
- Par des infos / de la publicité de la radio elle même (p.ex. : stand d'information)
- Par d'autres médias (journal télévision etc.)
- J'ai cherché de manière ciblée ce genre d'offre
- Par hasard en écoutant la radio

J'ai écouté pour la première fois une radio pour migrants en Suisse, le: □□□□ (année) □□ (mois)



8. Si vous utilisez un site Internet pour migrants, comment et quand l'avez-vous connu ? (plusieurs réponses possibles)

- Par des connaissances ou des amis

- Je connais quelqu'un qui travaille pour un de ces programmes.

- Par des infos / de la publicité d'une administration suisse

- Par des infos / de la publicité d'un centre culturel ou quelque chose de semblable

- Par des infos / de la publicité sur Internet

- Par d'autres médias (journal, télévision etc.)

- J'ai cherché de manière ciblée ce genre d'offre

- Par hasard en surfant sur Internet

J'ai utilisé pour la première fois un site Internet pour migrants en Suisse, le: (année) (mois)

9. Comment jugez-vous les informations que les médias diffusent sur les migrants en Suisse?

	C'est exact	C'est plus ou moins exact	Ce n'est pas très juste	Ce n'est pas juste
En tant que migrant/tes je me retrouve dans les informations diffusées par les médias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les médias ne parlent pas assez des migrants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les médias parlent trop des migrants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les médias montrent les migrants tels qu'ils sont en vérité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les médias parlent trop négativement des migrants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les médias parlent trop positivement des migrants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les médias suisses m'aident à m'intégrer et à m'orienter en Suisse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les médias suisses me procurent assez d'informations sur mon pays d'origine.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Une information positive sur la migration de la part des médias aident les migrants à s'intégrer en Suisse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je ne sais pas, je n'utilise pas de média suisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2^{ème} partie: information et integration

10. Comment vous retrouvez-vous dans la vie de tous les jours en Suisse?

	Très bien	Assez bien	Pas très bien	Pas bien du tout
Avec les communes et administrations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avec l'école/les enseignants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avec la gérance/le propriétaire de mon immeuble	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avec mon employeur/mes supérieurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avec des connaissances/amis suisses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avec de la famille/des voisins suisses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



11. Lorsque vous avez besoin d'informations, comment vous les procurez-vous ?

	C'est exact	C'est plus ou moins exact	Ce n'est pas très juste	Ce n'est pas juste
Je vais au poste de consultation par des personnes de mon pays d'origine pour les migrants.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais au poste de consultation par des Suisses pour les migrants.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je demande à une connaissance de mon pays d'origine.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je demande à une connaissance de nationalité suisse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je m'informe directement auprès de l'organisation concernée (p.ex. : l'école, la commune, l'employeur...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je cherche l'information sur Internet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J'écris un email à une connaissance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Je vais sur un chat ou un forum pour échanger des informations.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Au sujet de quelles questions de la vie de tous les jours souhaiteriez-vous plus d'informations ?

	Très intéressé	Intéressé	Moins intéressé	Pas du tout intéressé
Commune: inscription, impôts ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ecole: notes, enseignants...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Travail: formation, recherche de travail, salaires, droits	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recherche d'appartement: loyers, droits...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Santé: caisses maladie, médecins	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enfants: garde d'enfants, garderies, places de jeux...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Voitures: permis de conduire, achat...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Loisirs: associations, culture, sport...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organisations d'étrangers: offre...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sorties: centres pour jeunes, discothèques...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dépendances: information, prévention ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



13. A quel point les médias vous sont-ils importants pour rester en contact avec votre pays d'origine ?

	Très important	Important	Pas très important	Pas important du tout
Télévision (p.ex. : journal d'informations ou films de mon pays d'origine)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio (p.ex. : journal d'informations ou émissions de radio de mon pays d'origine)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Journaux (p.ex. : un journal de mon pays d'origine)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sites Internet (p.ex. : sites Internet avec des informations au sujet de mon pays d'origine)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet : emails (p.ex. : avec mes proches ou des amis de mon pays d'origine)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet : chat (p.ex. : chat avec des amis ou connaissances de mon pays d'origine)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Téléphone par Internet (p.ex. : téléphoner par Internet avec skype ou un autre software dans mon pays d'origine)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. À quelle fréquence et qui vous demande de chercher des informations sur Internet pour d'autres personnes ?

	Très souvent	Souvent	Rarement	Jamais
À quelle fréquence est-ce que des personnes vous demandent-elles d'effectuer des recherches sur Internet ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Qui vous demande de rechercher quelque chose sur Internet ?

- Mes parents

- Mes enfants

- Mes frères et soeurs

- D'autres membres de la famille/des proches

- Des amis

- D'autres personnes , à savoir _____

Pourquoi est-ce à vous que l'on demande de chercher des informations sur Internet ?



3^{ème} partie:
pour finir nous souhaitons récolter quelques informations sur votre personne

15. Quel est votre âge?

..... années

16. Votre sexe?

homme
femme

17. Votre situation familiale ?

célibataire (single)
en couple (concubinage) marié
Veuf/veuve divorcé

18. Vivez-vous avec un partenaire de nationalité suisse ?

oui
non de nationalité : _____

19. Combien de personnes vivent dans votre ménage ?

nombre d'adultes : _____ nombre d'enfants : _____

20. Votre nationalité ? (si vous avez deux nationalités, veuillez s'il vous plaît l'indiquer)

Italie Croatie
Turquie Colombie, Argentine
Espagne Sr-lanka
Suisse Autres : _____

21. Dans quel pays avez-vous grandi (c'est à dire : avez-vous passé la plus grande partie de votre enfance) ?

Italie Croatie
Turquie Colombie, Argentine
Espagne Sr-lanka
Suisse Autres : _____

22. Quelle est votre langue maternelle (la langue dans laquelle vous vous exprimez le mieux) ?

23. Quel était/est votre métier ?

Dans votre pays d'origine : _____ En Suisse : _____

24. Quel est votre plus haut niveau de formation (terminée) ?

École primaire
École des métiers / apprentissage
École supérieure / brevet
Gymnase / maturité professionnelle / école normale
Haute-école / université /



25. Où se trouve votre domicile actuel ?

J'habite à _____ (lieu) dans le canton de _____

26. Quand avez-vous émigré en Suisse ?

Dans l'année _____

27. Comment évaluez-vous vos connaissances du Français ?

Connaissances orales	Très bonnes	Bonnes	Moyennes	Faibles
Français	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Connaissances écrites	Très bonnes	Bonnes	Moyennes	Faibles
Français	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. À quelle fréquence parlez-vous le Français dans la vie de tous les jours ?

	(Presque) toujours	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
Au travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pendant les loisirs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Comment vous sentez-vous intégré en Suisse ?

Très bien Assez bien Pas très bien Pas du tout

30. Est-ce que vous vous plaisez en Suisse ?

Très bien Assez bien Pas très bien Pas bien du tout

Merci beaucoup d'avoir participé à notre sondage.

Pour vous remercier, nous tirons au sort 10 bons Migros d'une valeur de CHF 50.- chacun.

**Si vous souhaitez prendre part au tirage au sort, veuillez s'il vous plaît remplir ce coupon.
Vos données ne seront pas transmises à des tiers et seront traitées de manière absolument anonyme.**

Nom : _____ Prénom : _____

Rue : _____ Numéro : _____

NPA : _____ Lieu : _____

Adresse email : _____

Gruppendiskussion mit MigrantInnen zum Thema Informationsbedürfnis und Integration.

Themen:

- Angaben zur Person der Migrantin/des Migranten
- Integration
- Informationsbedürfnisse
- Die Massenmedien
 - Das Medium Fernsehen
 - Das Medium Radio
 - Das Medium Internet
 - Das Medium Zeitung

1. Angaben zur Person

- Welche Nationalität haben Sie (Staatszugehörigkeit/Wie weit ist diese ethnische Gruppe in der Schweiz integriert?)
- Aus welchen Gründen sind Sie in die Schweiz eingewandert, resp. aus Ihrem Land ausgewandert? (Migrationshintergrund)
- Wie lange sind Sie bereits in der Schweiz? (Neu zugezogene?)
- Welche Ausbildung haben Sie in ihrem Herkunftsland gemacht?
- Welche(n) beruflichen Tätigkeit(en) gehen Sie in der Schweiz nach? Gefällt (gefallen) Ihnen diese?

2. Integration

- Was heisst für Sie, dass man in einem Land integriert ist?
- Fühlen Sie sich in der Schweiz integriert?
- Wie haben Sie sich integriert oder möchten Sie noch integrieren?
- Haben Sie privat Kontakt zu Schweizern?
- Sind/waren Ihnen die Schweizer Medien bei der Integration und beim Zurechtfinden in der Schweiz behilflich?
- Sind/waren Ihnen die Medien von ihrem Heimatland bei der Integration und beim Zurechtfinden in der Schweiz behilflich?
- Erhalten Sie durch Schweizer Medien genug Informationen über Ihr Herkunftsland?
- Denken Sie, dass es den MigrantInnen bei der Integration hilft, wenn die MigrantInnen in den Medien erwähnt werden, wenn sie vor allem positiv erwähnt werden?

3. Informationsbedürfnisse

- Zu welchen Themen brauchen Sie in Ihrem Alltag Informationen oder brauchten Sie besonders als Sie neu waren in der Schweiz?
 - Nachrichten
 - Kleinkinder
 - Schule
 - Ausbildung Lehre
 - Erziehung
 - Freizeit
 - Öffentlicher Verkehr
 - Einkaufen
 - Medizinische Notfälle
 - Beratungen aller Art
 - _____
- Suchen Sie Informationen zu ihrem Heimatland oder der Schweiz?
- Wo beziehen/suchen Sie Informationen aus Ihrem Heimatland?
- Wo beziehen/suchen Sie Informationen aus und für die Schweiz?

3. Massenmedien

- Welche Medien nutzen sie am häufigsten? (= Fernseh, Radio, Zeitung, Internet?)
- Welches Medium ist für Sie am wichtigsten? Warum?
- Werden bei Ihnen zu Hause im Kreise der Familie mehrheitlich Programme des Herkunftslandes oder aus der Schweiz konsumiert?
- Glauben Sie, dass wenn sie Medien aus ihrem Herkunftsland nutzen, dass dies ein Hindernis für die Integration in der Schweiz ist?
- Denken Sie, dass wenn Sie Medien vom Herkunftsland nutzen, dann weniger Medien aus der Schweiz nutzen?

Fernsehen:

- Welche Sender nutzen Sie häufig und warum gerade diese? Warum nutzen Sie deutschsprachige Sendungen?
- Warum nutzen Sie Sendungen in Ihrer eigenen Sprache?
- Woher kennen Sie diese Sendungen?
- Denken Sie, dass Sie Informationen zu ihrem Alltag in der Schweiz vom Fernseher bekommen?
- Denken Sie, dass das Fernsehen hilft, sich in der Schweiz zu integrieren?
 - Was fördert und was hindert dabei die Intergration?
 - Finden Sie ihre Migrantengruppe wird im Fernsehen gezeigt?
 - Wird im Fernsehen (zu) positiv oder (zu) negativ über MigrantInnen berichtet?
- Schauen Sie mehr oder anders fern, seit Sie in der Schweiz sind?

Ethno-Fernsehen?

- Gibt es spezielle Fernsehsendungen für MigrantInnen? Welche kennen Sie?
- Woher kennen Sie diese?

Radio:

- Welche Sender nutzen Sie häufig und warum gerade diese? Warum nutzen Sie deutschsprachige Sendungen?
- Warum nutzen Sie Sendungen in Ihrer eigenen Sprache?
- Woher kennen Sie diese Sendungen?
- Denken Sie, dass Sie Informationen zu ihrem Alltag in der Schweiz vom Radio bekommen?
- Denken Sie, dass das Radio hilft, sich in der Schweiz zu integrieren?
 - Was fördert und was hindert dabei die Intergration?
 - Finden Sie ihre Migrantengruppe hört man in Radio-Beiträgen?
 - Wird im Radio (zu) positiv oder (zu) negativ über MigrantInnen berichtet?
- Hören Sie mehr oder anders Radio, seit Sie in der Schweiz sind?

Ethno-Radio:

- Es gibt spezielle Radioangebote für MigrantInnen, kennen Sie welche? (z.B. Radio Lora)
- Woher kennen Sie diese?

Internet:

- Welche Homepages nutzen Sie häufig und warum gerade diese?
- Warum nutzen Sie deutschsprachige Homepages?
- Warum nutzen Sie Homepages/Internetseiten in Ihrer eigenen Sprache?
- Woher kennen Sie diese Homepages/Internetseiten?
- Denken Sie, dass Sie Informationen zu ihrem Alltag in der Schweiz durch das Internet bekommen?
- Gibt es Personen, welche für Sie Informationen im Internet nachschauen?
- Oder schauen Sie für andere Informationen im Internet nach?
- Wenn ja, wer? (Familienmitglied? Wer in der Familie? Etc)
- Denken Sie, dass das Internet hilft sich in der Schweiz zu integrieren?
 - Was fördert und was hindert dabei die Intergration?
 - Finden Sie dass Ihre Migrantengruppe im Internet vorhanden ist?
 - Wird im Internet (zu) positiv oder zu (negativ) über MigrantInnen berichtet?
- Surfen Sie mehr oder anders im Internet, seit Sie in der Schweiz sind?

Ethno-Internet:

- Es gibt spezielle Homepages für MigrantInnen, kennen Sie welche? (z.B. www.enzian.ch)
- Woher kennen Sie diese?

Zeitung:

- Welche Zeitungen nutzen Sie regelmässig und warum gerade diese?
- Warum nutzen Sie deutschsprachige Zeitungen
- Warum nutzen Sie Zeitungen in Ihrer eigenen Sprache?
- Woher kennen Sie diese Zeitungen?
- Denken Sie, dass die Zeitung hilft sich in der Schweiz zu integrieren?
 - Was fördert und was hindert dabei die Intergration?
 - Finden Sie dass Ihre Migrantengruppe in Zeitungen vorkommt?
 - Wird in Zeitungen (zu) positiv oder (zu) negativ über MigrantInnen berichtet?
- Lesen Sie mehr oder anders Zeitung, seit Sie in der Schweiz sind?

Ethno-Zeitung/Zeitschrift:

- Es gibt spezielle Zeitungen/Zeitschriften für MigrantInnen, kennen Sie welche?
- Woher kennen Sie diese?