



Training im Tandem Handbuch

Eine Planungshilfe für
Radioworkshops mit speziellen Zielgruppen

© Mag^a Anu Pöyskö
Frank Hagen



INHALTSVERZEICHNIS

Zur Anwendung dieses Handbuchs	3
Einleitung	4
Voraussetzungen	4
Umsetzung	5
1. TrainerInnenworkshop	5
2. Coaching	5
3. Checkliste	6
Vor- und Nachteile der drei Varianten	6
Tandems zum Laufen bringen	8
1. Workshopeinleitung	8
2. TeilnehmerInnen-Vorstellrunde	9
3. Zwei Beispiele von Warming Up-Übungen:	10
4. Steckbrief der eigenen Initiative:	13
5. Tandems zusammenführen	14
6. Motivation der TrainerInnen Motivation der TeilnehmerInnen	15
7. Vermutliche Schwierigkeiten in der Radioarbeit mit der Zielgruppe	17
8. Rahmenbedingungen des Projekts	19
Planung im Tandem	21
I. Grobplanung	21
Leitfaden für WorkshopleiterInnen	23
❶ Einstieg:	23
Beispiele für Einstiegsmöglichkeiten	25
❷ Produktion	28
❸ Reflexion:	31
❹ Präsentation:	31
II. Detailplanung des Projektes	32
Workshopfeedback	34
Anhang	35
Frageliste für die Projektreflexion der Tandem - PartnerInnen	35

ZUR ANWENDUNG DIESES HANDBUCHS

Das Training im Tandem Handbuch ist ein Planungswerkzeug. Es richtet sich vor allem an TrainerInnen im freien, nichtkommerziellen Radiosektor, um Radioworkshops mit medial marginalisierten Gruppen vorzubereiten. In erster Linie will es Möglichkeiten offerieren, um medienpädagogisch mit speziellen Zielgruppen arbeiten zu können.

Das Handbuch kann für drei verschiedene Modelle verwendet werden, um eine Tandemzusammenarbeit vorzubereiten: in einem TrainerInnenworkshop, durch einen Coach oder als Checkliste.

Als Ganzes dient das Handbuch RadiotrainerInnen zur Planung eines TrainerInnenworkshops. In diesen Workshops soll die Idee des Trainings im Tandem weiterverbreitet werden – und zwar nicht nur unter RadiotrainerInnen, sondern vor allem unter Menschen, die mit bestimmten Zielgruppen arbeiten.

Sollte die Coaching Variante zur Vorbereitung von Radioprojekten vorgezogen werden, sollte der Coach das Handbuch als Ganzes kennen. Er/sie kann sich dann konkret für brauchbare Auszüge aus dem Handbuch entscheiden.

Bei Verwendung des Handbuchs als Checkliste, übernimmt eine/r der beiden TrainerInnen die Vorbereitung. Auch hier wird empfohlen, das gesamte Handbuch vorher zu lesen, um dann bei der Vorbereitung mit dem Handbuch als Checkliste diejenigen Planungsvorschläge umzusetzen, die für das anstehende Projekt gut anzuwenden sind.

Die Fragen von „Motivation der TrainerInnen – Motivation der TeilnehmerInnen“ bis zu den „Rahmenbedingungen des Projekts“ sollten in jedem Fall geklärt werden.

Als Checkliste für Projekte kann das Handbuch ab dem Teil „Planung im Tandem“ verwendet werden. Der eingeschobene Leitfaden für WorkshopleiterInnen (im Kapitel „Grobplanung“) gibt besondere Anregungen zur Projektplanung, die dann im Kapitel „Detailplanung des Projektes“ verfeinert werden.

Am Ende jeden Kapitels kann seine Relevanz für die Coaching- bzw. Checklistenvariante überprüft werden. Im Anhang findet sich noch eine Frageliste, um aus den ersten Erfahrungen mit dem Training im Tandem weitere Projekte damit in Angriff nehmen zu können.

EINLEITUNG

Radioschulungen und Radioworkshops können neuen Gruppen den Einstieg zur Mitarbeit bei nichtkommerziellen Radios ermöglichen bzw. erleichtern. Die meisten freien Radios betreiben daher auch regelmäßig Schulungen und haben für sich Workshopabläufe und Schulungsprogramme entwickelt. Diese „Standardlösungen“ reichen jedoch häufig nicht aus, wenn es darum geht, so genannte benachteiligte Gruppen anzusprechen. Menschen mit besonderen Bedürfnissen und Lebenszusammenhängen benötigen Schulungsansätze, die ihre Bedürfnisse berücksichtigen und auf sie eingehen. Für den/die RadiotrainerIn ist es oft eine Überforderung, alleine solche Ansätze zu entwickeln.

Als Ausweg haben sich Trainingspartnerschaften erwiesen. Schulungsprojekte wo RadiotrainerInnen mit TrainerInnen, die auf kontinuierlicher Basis mit der jeweiligen Zielgruppe arbeiten (in Folge „ZielgruppentrainerIn“ genannt), kooperieren. Im Rahmen des Sokrates Projektes „creating community voices“ ging das TrainerInnenteam von Orange 94,0 der Frage nach, wie und unter welchen Voraussetzungen solche Partnerschaften funktionieren können.

Die multiprofessionellen Teams, die gebildet werden, um gemeinsam für eine bestimmte Zielgruppe ein oder mehrere Schulungsprojekte zu planen und durchzuführen, werden in Folge „Tandems“ benannt. Dieser Begriff hat hier eine eher programmatische Bedeutung. „Tandem“ weist auf zwei unverzichtbare Teile eines Ganzen hin, und impliziert gegenseitiges Vertrauen, eine gemeinsame Zielrichtung und ermöglicht eine kontinuierliche Dynamik..

VORAUSSETZUNGEN

Ein Schulungsprojekt im Tandem ruht auf zwei Säulen, die für das Gelingen des Projektvorhabens gleich wichtig sind:

- Der/die RadiotrainerIn hat Erfahrung darin, das „Radiohandwerk“ zu lehren. Sie/er beherrscht die gestalterischen und technischen Grundlagen des Radiomachens und kennt unterschiedliche Methoden, um diese zu vermitteln.
- Der/die ZielgruppentrainerIn hat Erfahrung darin, Schulungs-, Freizeitanimations- oder Kreativangebote für die betreffende Gruppe zu entwickeln und umzusetzen. Sie/er weiß über die Interes-

sen, Bedürfnisse und Lebenszusammenhänge der Zielgruppe gut Bescheid.

Das Training im Tandem kann funktionieren, wenn:

- Beide PartnerInnen in die Planung voll involviert sind und das Projekt als ein gemeinsames Projekt angesehen wird. Sie legen ihre Arbeitsweisen offen und kommen so zu einer gemeinsamen.
- Die Kompetenz- und Aufgabenteilung zwischen den PartnerInnen klar ist.
- Beide PartnerInnen über die notwendigen Hintergrundinformationen verfügen. (Der/die RadiotrainerIn benötigt Informationen über die Gruppe, der/die ZielgruppentrainerIn Informationen über die möglichen Methoden und Zielsetzungen der Radioarbeit.

Eine solche Basis kann nur durch eine ausreichende gemeinsame Planung geschaffen werden. Der nun vorliegende Leitfaden stellt einen Versuch dar, diesen Planungsvorgang zu systematisieren. Er enthält eine Art Arbeitsauftrag an das Tandem – eine geordnete Folge von Fragen, die sie gemeinsam vor der Umsetzung ihres eigentlichen Projektes diskutieren sollten.

UMSETZUNG

Auf der organisatorischen Ebene gibt es drei Möglichkeiten, wie die Planungsarbeit für Schulungsprojekte basierend auf dem Prinzip Tandem durchgeführt werden kann:

1. TrainerInnenworkshop

Wenn zeitgleich mehrere Schulungsprojekte nach dem Tandem-Prinzip geplant sind, kann für die an diesen Projekten beteiligten Radio- und ZielgruppentrainerInnen ein gemeinsamer Workshop organisiert werden. Der Workshop dient der Vorbereitung der bevorstehenden Schulungsprojekte, inhaltlich handelt es sich dabei also um einen Workshop in Workshopplanung.

Dem/der WorkshopleiterIn obliegt die Moderation.

Als LeiterIn eignet sich eine/r nicht an den konkreten Schulungsprojekten beteiligte/r RadiotrainerIn, idealerweise mit Schulungserfahrung mit Randgruppen und/oder multiprofessionellen Teams.

2. Coaching

Das Tandem wird von einem Coach anhand des Handbuchs durch die Planungsarbeit geführt. Während des Projektes moderiert der Coach die Projektzwischenbesprechungen und Projektreflexion.

Als Coach eignet sich eine/r nicht an dem konkreten Projektvorhaben beteiligte/r RadiotrainerIn – idealerweise mit Erfahrung in ähnlichen Schulungsvorhaben. Er/sie soll der Planungsarbeit der Tandem-PartnerInnen durch Moderation und gezielte Fragen eine klare Struktur geben, Widersprüche offenlegen und auf noch offene Fragen Lösungsansätze fordern.

3. Checkliste

Die TrainerInnen, die gemeinsam ein Tandem bilden, benützen das Handbuch als Checkliste für ihre Planung.

VOR- UND NACHTEILE DER DREI VARIANTEN

Ausschlaggebend ist hier die Umsetzbarkeit in den durch Ressourcenknappheit gekennzeichneten Arbeitsalltag eines freien Radios. Es steht der inhaltliche Gewinn dem personellen und organisatorischen Zeitaufwand gegenüber.

Ein TrainerInnen-Workshop eignet sich, wenn das Arbeiten im Tandem in die Schulungsarbeit eines Radioprojektes als eine neue Arbeitsweise eingeführt und gefestigt werden soll. Die beteiligten TrainerInnen tauschen sich untereinander intensiv aus und diskutieren gemeinsam die unterschiedlichen Projektkonzepte, die im Rahmen des Workshops entstehen. Das kann von den TeilnehmerInnen als sehr motivierend und befruchtend erlebt werden. Gleichzeitig ist diese Variante jedoch mit einem hohen Zeit- und Organisationssaufwand verbunden. Die Grundvoraussetzung ist, dass zur gleichen Zeit mehrere Schulungsprojekte geplant sind, die auf dem Tandem-Prinzip basieren. Die Teilnahme aller Beteiligten ist unerlässlich, da Tandems nur wenn sie komplett sind gemeinsam planen können.

Die Checklistenvariante ist mit dem kleinsten Aufwand verbunden. Der/die RadiotrainerIn und der/die ZielgruppentrainerIn, die ein Tandem bilden, bleiben während der Planung und Vorbereitung unter sich, und haben nur miteinander Termine zu vereinbaren. Es fehlt ihnen dadurch aber auch die Unterstützung einer teamexternen Person als Korrektur- bzw. als Schlichtungsstelle bei etwaigen Konflikten. Daher setzt diese Variante von den beteiligten TrainerInnen sehr reflektiertes Arbeiten voraus – am ehesten kann es gelingen, wenn die TandempartnerInnen in ähnlichen Projekten bereits Erfahrung gesammelt haben.

Coaching stellt eine gute Kompromissvariante dar. Der Organisations- und Arbeitsaufwand ist zwar höher als bei der Checklistenvariante (bei sämtlichen Projektbesprechungen ist die Anwesenheit einer dritten Person, eben die des Coaches, erforderlich), es werden dadurch aber auch die größten inhaltli-

chen Schwächen der Checklistenvariante umgangen.

TANDEMS ZUM LAUFEN BRINGEN

Ein TrainerInnenworkshop

Im Folgenden wird das Konzept für einen 2-tägigen TrainerInnenworkshop vorgestellt. Zugleich wird vorgeschlagen, wie die selben Inhalte und Fragen in der Coaching- und Checklistenvariante diskutiert werden können.

Die Zeitangaben für den TrainerInnenworkshop gehen von einer Gruppengröße von 6 Personen aus (3 Tandems, das bedeutet also 3 Schulungsprojekte, die im Rahmen des Workshops geplant werden). Exakte Zeitangaben für die Coaching- und die Checklistenvariante werden nicht vorgegeben. Man kann jedoch von zwei langen Planungstreffen zu je mindestens drei Stunden ausgehen – mehr Zeit zu haben schadet natürlich nicht.

1. WORKSHOPEINLEITUNG (10 MIN)

ZIEL:

Die TeilnehmerInnen mit den Zielsetzungen und Arbeitsprinzipien des Workshops vertraut zu machen.

ABLAUF:

- Kurze Einleitungsrede des/der WorkshopleiterIn mit anschließender Möglichkeit Fragen zu stellen.
- Die Idee des Trainings im Tandem verdeutlichen.

WORKSHOPINHALT:

es geht um die Planung von Workshops und Schulungsprojekten für spezielle Zielgruppen.

ARBEITSZIEL:

im Laufe des Workshops umsetzbare Workshopkonzepte für die jeweilige Zielgruppe erstellen.

ARBEITSWEISE:

Konzepte werden in Zweiergruppen (Tandems) Schritt für Schritt erarbeitet und in der Großgruppe diskutiert.

ROLLE DER/DES WORKSHOPLEITERS/IN:

Arbeitsaufträge erteilen, Moderation der Großgruppendifkussion, punktuelle Hilfestellung während der Kleingruppenarbeit.

COACHING:

der Coach stellt sich vor und erklärt, welche Rolle er/sie in dem Planungsprozess einnimmt.

CHECKLISTE:

entfällt.

2. TEILNEHMERINNEN-VORSTELLRUNDE (20 MIN)

ZIEL:

- Kennenlernen
- Erster Informationsaustausch über berufliche Erfahrung. (Dient als Grundlage für die spätere Festlegung von Kompetenzen)

AUFGABENSTELLUNG AN DIE TEILNEHMERINNEN:

- Jede/r stellt sich mit Eckdaten zur eigenen Person steckbriefartig vor.
- Vor allem soll jede/r über seine/ihre bisherige Erfahrung als TrainerIn erzählen.

ABLAUF:

Mündliche Vorstellungsrunde in der Großgruppe. Die anderen TeilnehmerInnen und der/die GruppenleiterIn können Fragen stellen.

COACHING/CHECKLISTE:

formloses Kennenlernen

3. ZWEI BEISPIELE VON WARMING UP-ÜBUNGEN:

ZIEL:

- dient dem einander Kennenlernen, als „ice breaker“.
- Der Einstieg über Negativerfahrungen ermöglicht den TeilnehmerInnen Erlebtes zu reflektieren. Das Herausfinden ähnlich erlebter Pannen und das Eingestehen gemachter Fehler kann zu der Bildung einer vertrauensvollen Basis für die Zusammenarbeit beitragen.

MÖGLICHKEIT A: SCHNELFHÖRSPIEL WORKSHOPALPTRÄUME & ALPTRÄUMWORKSHOPS" (1 ½ ST)

AUFGABENSTELLUNG:

Jede/r übernimmt die Rolle des/der unmöglichsten Workshopteilnehmers/in den er/sie je erlebt bzw. überlebt hat. „Stell Dir vor, all die schlimmsten WorkshopteilnehmerInnen tun sich auf einen Haufen zusammen und interagieren fleißig“

ABLAUF:

- Rollen festlegen
- Die Handlung festlegen
- Aufnahmen
- Anhören
- Nachbesprechung

ZUR DURCHFÜHRUNG:

Bei Übungen wie dieser verliert man die Zeit sehr leicht aus den Augen. Der/die WorkshopleiterIn schaut darauf, daß eine sehr komprimierte Handlung entsteht – eine bis maximal drei

Szenen sind genug. Wichtig ist es zu betonen, dass es nicht um ein gut gemachtes Produkt geht, sondern das inhaltliche Spiel im Vordergrund steht.

Technisch wird eine Aufnahme mittels Mikrofon-Mischung empfohlen, weil sie technisch un-aufwendig und daher sehr schnell ist. Die Szenen werden mit einem tragbaren Aufnahmegerät aufgenommen. Musik und etwaige Geräusche und Atmosphären aus der Konserve werden über den Ghettablaster live zugespielt. (all die Geräusche, die man irgendwie selber herstellen kann, macht man natürlich selbst) Zum Aussuchen von Musik und Geräuschen bleibt keine Zeit – der/die GruppenleiterIn muß die CD's kennen und schnell etwas zur Handlung passenden bereitstellen können. Bei der Nachbesprechung sollte weniger auf das Produkt als auf den Gruppenprozess eingegangen werden: Wie fühlten sich die AkteurInnen in ihren Rollen als destruktive oder schwierige SchulungsteilnehmerInnen und wie erlebten sie die anderen?

Technischer Bedarf: Aufnahmegerät mit externem Mikrofon, Ghettablaster, Musik- und Geräusch-CD's

MÖGLICHKEIT B: ROUND TABLE-GESPRÄCH (40 MIN)

AUFGABENSTELLUNG:

Studiodiskussion zum Thema „Gruppenarbeit – ein Weg über einen schmalen Grat“. Es geht um einen Erfahrungsaustausch über die Stolpersteine die sich dem/der GruppenleiterIn in den Weg legen können.

ABLAUF:

Mit Aufnahmegerät, Mischpult und mehreren Mikrofonen wird eine Studiogesprächssituation inszeniert. Eine/r aus der Gruppe übernimmt die Gesprächsleitung. Vor der eigentlichen Aufnahme gibt es ein Vorbereitungs-, und anschließend ein Auswertungsgespräch.

ZUR DURCHFÜHRUNG:

Der/die WorkshopleiterIn hat bei dieser Übung darauf zu achten, daß die TeilnehmerInnen nicht über zu hohe inhaltliche Ansprüche stolpern. Der Zweck der Übung besteht lediglich darin, den TeilnehmerInnen eine Möglichkeit anzubieten, die Themen aus der Vorstellrunde in einem radiophon-animativen Rahmen zu vertiefen. Wenn die Gruppe Schwierigkeiten beim

Vorbesprechen bzw. Vorstrukturieren der Diskussion hat, kann der/die WorkshopleiterIn mit Vorschlägen weiterhelfen. Hier kann er/sie der Entwicklung ruhig etwas Zeit lassen und sollte nicht gleich mit eigenen Vorschlägen kommen.

Der/Die WorkshopleiterIn entscheidet sich für eine dieser Übungen je nach Einschätzung der Gruppe.

- Variante A schafft Stimmung, setzt von den TeilnehmerInnen aber einiges an Spielbereitschaft voraus.
- Variante B ist nüchterner, manchen TeilnehmerInnen fällt es vielleicht leichter, darauf einzusteigen.

COACHING/CHECKLISTE:

entfällt

4. STECKBRIEF DER EIGENEN INITIATIVE:

VORSTELLUNG DER ZIELGRUPPENTRAINERINNEN (30 MIN)

ZIEL:

Während des gesamten Workshops werden einzelne Planungsschritte der Tandems in der Großgruppe präsentiert und diskutiert. Feedback von den anderen TeilnehmerInnen als auch von dem/der LeiterIn zu bekommen ist dabei für eine erfolgreiche Planung besonders wichtig. Dazu benötigen alle TeilnehmerInnen Hintergrundinformationen über die Kontexte der geplanten Projekte.

ARBEITSAUFTRAG:

Es sollten folgende Fragen beantwortet werden: Mit welcher Zielgruppe arbeitet die Initiative/Organisation; welche Ziele verfolgt sie; was sind ihre Arbeitsschwerpunkte; gab es bereits mit einem Radioworkshop vergleichbare Angebote; wie wurden sie angenommen?

ABLAUF:

Die ZielgruppentrainerInnen stellen nacheinander ihre Initiativen/Organisationen in der Großgruppe vor. Nach jeder Präsentation soll ausreichend Zeit, um nachfragen zu können, bleiben.

VORSTELLUNG DER RADIOTRAINERINNEN (10 MIN)

ZIEL:

Die ZielgruppentrainerInnen mit Information über die Radioinitiative zu versorgen.

ARBEITSAUFTRAG:

EineR der RadiotrainerInnen erzählt über das Radio, insbesondere über dessen Schulungsaktivitäten.

COACHING/CHECKLISTE:

Die VertreterInnen beider Initiativen stellen sich und ihre Arbeitsweisen vor.

5. TANDEMS ZUSAMMENFÜHREN (5 MIN)

ZIEL:

Tandems in die Zusammenarbeit einführen

ABLAUF:

Der/die WorkshopleiterIn stellt die Tandem-Teams vor und stellt klar, daß von nun an bis zum Ende des Workshops in den Tandem-Teams weitergearbeitet wird.

ZUR KLÄRUNG:

Der Workshop hat einen langen organisatorischen Vorlauf. Der/die Schulungsverantwortliche der Radioinitiative hat im Vorfeld die Partnerorganisationen kontaktiert und mit den potentiellen ZielgruppentrainerInnen Gespräche geführt. Die beteiligten RadiotrainerInnen wissen dadurch meist über die Projektvorhaben Bescheid und haben vielleicht schon Interesse angekündigt, mit einer bestimmten Zielgruppe zu arbeiten. In vielen Fällen haben sie bereits Kontakt mit einer der Partnerorganisationen. Dadurch steht meist bereits vor dem Workshop fest, wer mit wem zusammenarbeiten wird.

Natürlich wäre es zumindest theoretisch auch möglich, diese Frage bis zu diesem Zeitpunkt offen zu lassen. Die Tandem-Teams bilden sich in dem Fall erst während des Workshops. Der/die GruppenleiterIn soll darauf achten, daß bei der Teambildung Sachargumente als Entscheidungsgrundlage dienen. (z.B. Vorerfahrung oder Arbeitsschwerpunkte der RadiotrainerInnen) Dieser Programmpunkt dauert dann entsprechend länger.

COACHING/CHECKLISTE:

entfällt

6. MOTIVATION DER TRAINERINNEN MOTIVATION DER TEILNEHMERINNEN (45 MIN)

ZIEL:

Ein erfolgreicher Planungsprozess setzt bei den Beweggründen der Beteiligten an. Für reflektiertes Arbeiten ist es wichtig, daß die TrainerInnen über die eigene Motivation nachdenken und diese offenlegen. So können die Tandem-PartnerInnen ihre unterschiedlichen Ansätze feststellen, um noch in der Planungsphase auf einen gemeinsamen Nenner zu kommen. Die Motivation der Zielgruppe bietet den Ansatzpunkt für das konkrete Projektvorhaben.

Die TrainerInnen versuchen ihr Angebot dahingehend aufzubauen, was sich die Zielgruppen voraussichtlich wünschen bzw. was sie brauchen könnten. Zuletzt erfolgt eine Gegenüberstellung der eigenen Motivation als TrainerIn und der (vermuteten) Motivation der Zielgruppe. Wie lassen sich diese unter einen Hut bringen?

ARBEITSAUFTRAG:

Die Tandems bereiten auf einem Plakat Thesen vor. Auf der einen Seite des Plakats listen sie die Gründe auf, warum sie ihrer Zielgruppe Radio anbieten wollen. (Oder: Wieso macht medienpädagogisches Arbeiten mit Radio mit dieser Gruppe für mich Sinn?“) Auf der anderen Seite listen sie die vermuteten Gründe auf, warum die Gruppe auf das Angebot Radio zu machen einsteigt.

ABLAUF:

Arbeit in Tandems mit anschließender Diskussion und Auswertung in der Großgruppe.

ZUR DURCHFÜHRUNG:

Fragen für die Auswertungsdiskussion:

- Gibt es Unterschiede in der Motivation der TrainerInnen und, wenn ja, warum?
- Wie realistisch, wie erreichbar sind die Ziele der TrainerInnen ?
- Vergleich der TrainerInnenmotivation mit der vermuteten Motivation der Gruppe:
- Wo gibt es Gemeinsamkeiten, wo klafft es auseinander? Wieso klafft es auseinander? Wie gehen die TrainerInnen damit um?
- Die vermutete Motivation der Gruppe ist zu Beginn eines Projektes ein sehr guter Ansatz: Gibt es genug Anhaltspunkte?

- Haben wir es mit besonders schwer zu motivierenden Gruppen zu tun?

Bei dieser Übung treten die Unterschiede zwischen RadiotrainerInnen und ZielgruppentrainerInnen häufig zutage. Erstere gehen an Projekte mit speziellen Zielgruppen oft mit einem Lückenfülleransatz heran: es fehlen bestimmte Gruppen, die zum Radio „geholt“ werden sollen, damit es seiner Aufgabe als Komplementärmedium besser gerecht wird. Die ZielgruppentrainerInnen denken eher an die Gruppe und daran, welchen Gewinn diese aus dem Projekt für sich holen kann (Steigerung des Selbstwertgefühls durch ein Erfolgserlebnis, Erschließen neuer Freizeitmöglichkeiten ...). Dies verdeutlicht, warum es so wichtig ist, die ZielgruppentrainerInnen im Tandem dabei zu haben – dieser Punkt soll in der Auswertungsdiskussion klar gemacht werden.

Das Einschätzen der TeilnehmerInnen-Motivation basiert auf dem Erfahrungsschatz des Zielgruppentrainers/der Zielgruppentrainerin. Der/die RadiotrainerIn kann aus seiner/ihrer Erfahrung erzählen, welche Aspekte Leute im allgemeinen zum Radiomachen motivieren. Gemeinsam kann überlegt werden, welche dieser Aspekte auch auf die „eigene“ Gruppe zutreffen könnten.

COACHING/CHECKLISTE:

Informationsaustausch und Diskussion sollen die gleichen Inhalte haben.

7. VERMUTLICHE SCHWIERIGKEITEN IN DER RADIOARBEIT MIT DER ZIELGRUPPE (20 MIN)

ZIEL:

Jede Zielgruppe hat besondere Bedürfnisse und die Arbeit mit verschiedenen Gruppen kann zu speziellen Schwierigkeiten führen. Bei dieser Übung werden vermutete Schwierigkeiten gemeinsam benannt und festgehalten. Das Tandem hat sie so stets vor Augen und versucht, sie bei der Projektplanung kontinuierlich mitzudenken.

ARBEITSAUFTRAG:

Es werden die möglichen Schwierigkeiten, die in der Arbeit mit den jeweiligen Zielgruppen auftauchen könnten, „gesammelt“. Das wird für jede Gruppe von allen TeilnehmerInnen gemeinsam überlegt.

ABLAUF:

Eine von dem/der WorkshopleiterIn moderierte Großgruppendifkussion. Die möglichen Schwierigkeiten mit den jeweiligen Zielgruppen werden auf einem Plakat festgehalten. Der/die ZielgruppentrainerIn der jeweiligen Gruppe hat Veto-Recht – Behauptungen, die seiner/ihrer Erfahrung nach wirklich nur reine Vorurteile sind, werden daher NICHT aufgeschrieben.

ZUR DURCHFÜHRUNG:

Workshops für spezielle Gruppen zu planen bedeutet eine Gratwanderung im Umgang mit stereotypen Erwartungen. Einerseits gilt es zu vermeiden, ganze Gruppen über einen Kamm zu scheren (xxx sind yyy). Andererseits sollen zielgruppenspezifische Aspekte nicht tabuisiert werden.

COACHING/CHECKLISTE:

Der/die RadiotrainerIn schreibt seine/ihre Bedenken bezüglich des Arbeitens mit der betreffenden Zielgruppe auf, welche von dem/der ZielgruppentrainerIn kommentiert wird.

Als Beispiel für *mögliche Schwierigkeiten* hier die Ergebnisse von einem TrainerInnenworkshop bei Orange 94.0:

SeniorInnen

- Eine sehr heterogene Gruppe
- Scheu vor der Technik
- Selbstorganisation funktioniert nicht so gut
- Der rote Faden geht leicht verloren

Lehrlinge

- Scheu vor dem Schreiben
- Eingefahrene Gruppenstrukturen, -hierarchien, -dynamiken
- Selbstorganisation funktioniert nicht so gut
- Geringe Frustrationstoleranz
- (Langeweile, Wiederholungen)

Obdachlose

- Unsicherheit, Angst, hohe Hemmschwelle
- Alkohol, Drogen (verschwinden für eine Zeitlang)
- Geringe Frustrationstoleranz

8. RAHMENBEDINGUNGEN DES PROJEKTS (1 STD)

ZIEL:

Die konkrete Projektplanung geht von den Rahmenbedingungen aus. Erst wenn diese bekannt sind, kann angefangen werden, inhaltlich zu planen. Die Gruppengröße, die vorhandenen Räumlichkeiten, die vorhandenen Geräte usw. setzen Grenzen, was machbar ist und was nicht.

ARBEITSAUFGABE:

Die Tandems sollen anhand der Fragen auf Plakat 1 (siehe unten) die Rahmenbedingungen ihres Projektes festlegen. Es soll auch klar ersichtlich werden, welche Fragen noch offen sind.

ABLAUF:

Arbeit in Tandems, Präsentation und Diskussion in der Großgruppe.

ZUR DURCHFÜHRUNG:

Beim Präsentieren und Diskutieren der Ergebnisse in der Großgruppe soll man auf folgende Punkte achten:

- Gibt es wichtige unbeantwortete Fragen, die das konkrete Planen erschweren?
- Welche Schwierigkeiten resultieren aus den Rahmenbedingungen? (z.B. eine zu große Gruppe, sehr wenig Zeit...)
- Kann man diese Schwierigkeiten beseitigen oder muß man sie einfach hinnehmen und bei der Planung berücksichtigen?

Ein sehr konkreter Informationsaustausch zwischen den Tandem-PartnerInnen findet statt. Der/die ZielgruppentrainerIn beantwortet die Fragen bezüglich der Gruppe. Der/die RadiotrainerIn weiß über Geräte- und Raumressourcen Bescheid. Informationen über Finanzierung, TrainerInnenressourcen und verfügbare Zeit werden zusammengetragen.

COACHING/CHECKLISTE:

Es sollten die gleichen Fragen beantwortet werden.

Plakat 1

Rahmenbedingungen des Projektes

Die Zielgruppe

- ✓ Gruppengröße
- ✓ Alter
- ✓ Geschlecht
- ✓ Kennen sie sich untereinander?
- ✓ Vorkenntnisse - technische und gestalterische
- ✓ Bildungsniveau
- ✓ Vorwissen bezüglich vergleichbarer Medienprojekte
- ✓ Besondere Kenntnisse und Interessen
- ✓ Wann haben sie Zeit für das Projekt?
- ✓ Wieviel Zeit haben sie für das Projekt?

Die TrainerInnen

- ✓ Wann haben sie Zeit für das Projekt?
- ✓ Wieviel Zeit haben sie für das Projekt?
- ✓ Fähigkeiten: „Gibt es die Möglichkeit bei Bedarf das Tandem durch zusätzliche Zielgruppen- und/oder RadiotrainerInnen aufzustocken?“

Finanzierung

TrainerInnenstunden, ev. Raummieten, ev. Gerätemieten, Materialkosten

Zeit

Die für das Projekt verfügbare Zeit ergibt sich aus den Zeitressourcen der TeilnehmerInnen, den Zeitressourcen der TrainerInnen und der Finanzierbarkeit der TrainerInnenstunden und etwaigen Deadlines, z.B. ein spezieller Präsentationstermin bei dem das Projekt beendet sein soll.

Räume

Wieviele werden benötigt?

Geräte

Wieviel technische Ausstattung ist notwendig?

PLANUNG IM TANDEM

I. GROBPLANUNG

ZIEL:

Eine erste Skizze des Projektes entsteht, eingegliedert in die vier Workshopphasen:

→ ❶ Einstieg → ❷ Produktion → ❸ Reflexion → ❹ Präsentation.

Zuerst ist es wichtig, Ziele für die verschiedenen Arbeitsphasen zu stecken. Auf den Einstieg wird besonders Augenmerk gelegt, da er die Grundlagen für ein gelungenes Projekt schafft

ARBEITSAUFTRAG:

Die vier Workshopphasen grob konzipieren.

ABLAUF:

- Leitfaden für WorkshopleiterInnen (siehe folgende Seiten, 45 min)
- Arbeit in Tandems (1 ½ St)
- Präsentation und Diskussion in der Großgruppe (45 min)

Der Leitfaden für WorkshopleiterInnen dient den Tandems als Anregung für ihre Planungsarbeit. Zugleich werden den ZielgruppentrainerInnen Grundinformationen über den Aufbau eines Radioworkshops und dabei auftretende Fragen vermittelt. Im Referat sollten Aussagen mit stark normativem Charakter vermieden werden. Der/die WorkshopleiterIn beantwortet die Fragen nicht, sondern wirft sie auf. Es geht darum, Alternativen darzustellen, Vor- und Nachteile verschiedener Vorgangsweisen aufzuzeigen und dem Tandem die Entscheidung überlassen, wie es sich in seinem konkreten Projekt verhalten kann.

Um diese Entscheidungen treffen zu können, sind beide TandempartnerInnen gefordert, ihre Erfahrungen einzubringen. Der/die RadiotrainerIn nimmt Bezug auf seine/ihre bisherige Schulungspraxis und berichtet über geglückte und gescheiterte Lösungen. Von ihm/ihr ist jedoch

Flexibilität gefordert, um nicht in ein „ich-mache-es-bei-Workshops-meist-immer-so“ hineinzufallen. Dem/der ZielgruppentrainerIn obliegt die Einschätzung der Gruppe – was erwarten sie, was brauchen sie, was kann sie über- oder unterfordern. Der/die WorkshopleiterIn verfolgt die Kleingruppenarbeit und bietet sich bei Bedarf einzelnen Gruppen als ModeratorIn an.

Bei dem Grobplan handelt es sich im Grunde um eine Reihe von Entscheidungen, wie das Tandem ihr Projekt anzulegen plant. Bei der Präsentation in der Großgruppe werden von dem/der WorkshopleiterIn Begründungen eingefordert.

Die Tandems haben so die Möglichkeit, ihre Planung miteinander zu vergleichen. Da für die Umsetzung des Praxisprojektes bewußt viele Möglichkeiten offengelassen werden, können sich hier klare Unterschiede zwischen den Projekten abzeichnen. Gelingt es den Tandems, ein Workshopkonzept zu entwerfen, das dem bereits ausgearbeiteten Zielgruppenspezifikum Rechnung trägt? (vergleiche Punkt 6 – Motivation und Punkt 7 – erwartete Schwierigkeiten)

Wichtig: Genug Zeit für die Großgruppendiskussion einräumen!

COACHING:

Das Tandem diskutiert verschiedene Möglichkeiten des Projektaufbaus und erstellt einen Grobplan. Der Coach weist auf eventuelle Lücken in der Grobplanung hin. Von hier an übernimmt er/sie die Rolle eines advocatus diaboli, der alle Schritte hinterfragt.

CHECKLISTE:

Die Tandem-PartnerInnen erstellen einen Grobplan für ihr Projekt. Dabei berücksichtigen sie die Anregungen aus dem Leitfaden für WorkshopleiterInnen.

LEITFADEN FÜR WORKSHOPLEITERINNEN

❶ EINSTIEG:

(Erklärung unter Verwendung von Plakat 2 – Ziele des Einstiegs)

Ziele des Workshopeinstiegs: Beim Einstieg konsolidiert sich die Gruppe, die TeilnehmerInnen werden motiviert, Schwellenängste werden abgebaut und Basiskenntnisse erworben. Mit dem Einstieg steht oder fällt alles. Für den Einstieg steht meist jedoch nur begrenzt Zeit zur Verfügung. Die Tandems sollten überlegen, welche Aspekte beim Einstieg für ihre Gruppe besonders wichtig sind.

Motivation: Eine schlecht motivierte Gruppe braucht einen besonders lustvollen Einstieg mit vielen kleinen Erfolgserlebnissen. Einstiegsübungen fungieren auch als Appetithäppchen. Die eigentliche Produktion, die danach kommt, erfordert von der Gruppe viel Ausdauer und Durchhaltevermögen. Konkrete Ergebnisse gibt es oft erst nach Tagen oder Wochen – je nach Produktionszeitplan.

Interpersonelle Aspekte: TeilnehmerInnen, die sich vorher nicht kennen, brauchen viele Gelegenheiten, sich gegenseitig zu „beschnuppern“ – sonst passen die Produktionsgruppen womöglich nicht. Radioübungen eignen sich an sich gut zum Kennenlernen – eigene Kennenlernspiele braucht es bei Radioprojekten daher meist nicht.

Schwellenängste abbauen: TeilnehmerInnen mit starker Knöpfchenangst sollen dazu ermutigt werden, mit der Technik zu spielen. Einstiegsübungen bieten für sie die Möglichkeit, Technik spielerisch und in kleinen Schritten kennenzulernen. Ins Mikrofon zu sprechen, die eigene Stimme zu hören, ist für die TeilnehmerInnen oft ungewohnt und auch unangenehm. Bei verschiedenen Einstiegsübungen haben sie die Möglichkeit mit der Gewißheit, dass die Aufnahmen nur Übungen sind und ausschließlich im Rahmen des Workshops angehört werden, genau das auszuprobieren. Eine gemeinsame Reflexion über diese ersten Aufnahmeerfahrungen ist wichtig.

Basiskenntnisse erwerben: Oft passieren den TeilnehmerInnen während der Einstiegsübungen die üblichsten technischen Fehler (Über- und Untersteuern, falsche Mikrofonhandhabung, falscher Mikrofonabstand, die Pausetaste wird nicht gelöst usw.). Danach kennen sie die Probleme und wissen

sie bei der eigentlichen Produktion zu meiden. Gleichzeitig fällt das technische „Scheitern“ den TeilnehmerInnen leichter wenn es „eh nur eine Übung“ ist.

Der Einstieg soll auf das abgestimmt sein was später produziert wird. Wenn ein Hörspiel produziert werden soll legt man viel Wert auf Geräusche, Geschichten, Spiele mit der Stimme. Bei Projekten in denen viele Interviews gemacht werden, sollte das Fragen und Zuhören geübt werden, sowie eine sichere Handhabung des Aufnahmegeräts.

Ein Projekt sollte also von der Produktion ausgehend geplant werden und nicht vom Einstieg!

Plakat 2:

Ziele des Einstiegs

interpersonelle Aspekte

- ✓ Kennenlernen
- ✓ Gruppenbildung
- ✓ Wer will/ kann mit wem arbeiten?
- ✓ TrainerInnen kennenlernen
- ✓ Schaffung einer vertrauensvollen
- ✓ Atmosphäre

Schwellenängste abbauen

- ✓ vor der Technik
- ✓ vor kreativem Arbeiten
- ✓ davor, die eigene Stimme zu hören

Motivation

Radio in kleinen Häppchen
= schnelle Ergebnisse =
Lust & Spaß = Lust auf mehr

Basiskenntnisse erwerben

- ✓ Aufnahmetechnik
- ✓ Interviewtechniken
- ✓ Erzählen
- ✓ Themen finden und erfinden
- ✓ Geschichten erfinden

BEISPIELE FÜR EINSTIEGSMÖGLICHKEITEN

Medien(radio)biographische Übungen: Die TeilnehmerInnen thematisieren eigene Hörgewohnheiten- und Vorlieben, und wie sich diese im Laufe der Jahre geändert haben. Sie überlegen, welchen Stellenwert das Medium Radio für sie hat und welche Rolle es in ihrem Alltag spielt. Sie können auch Kindheits- und Jugenderinnerungen, die mit Radio zu tun haben, erzählen. Die Übung kann entweder zu zweit oder in einer Kleingruppe erfolgen, die Ergebnisse können aufgenommen oder schriftlich festgehalten werden (Plakate, Steckbriefe). Es ist auch möglich, kleine Hörstatistiken in der Gruppe zu erstellen (wie viele hören welchen Sender, wie viele Stunden am Tag, usw.) und diese mit den offiziellen Medianutzungsdaten zu vergleichen.

Medienbiographische Übungen eignen sich gut dazu, in der Gruppe durch Entdecken gemeinsamer Vorlieben eine Stimmung des Miteinander-Vertrautseins zu schaffen. Zweitens kann das Projekt so direkt an die Vorlieben der TeilnehmerInnen anknüpfen: die Gruppe wird dort abgeholt, wo sie gerade ist.

Verschiedene Formen von Interviewübungen: Die TeilnehmerInnen können sich entweder zu zweit oder in einer Kleingruppe interviewen. Entweder gibt der/die GruppenleiterIn ein Thema vor, oder die TeilnehmerInnen haben den Auftrag, eines zu finden. Die TeilnehmerInnen können als sie selbst auftreten, oder in fiktive Rollen schlüpfen.

→ *Wichtig: Länge streng begrenzen! Nicht mehr als 5 Minuten aufnehmen, sonst sind die Ergebnisse in der Großgruppe nicht anhörbar!*

Schnellreportagen: Die Aufgabe eines Radioreporters/ einer Reporterin ist es, das was er/sie sieht (und riecht und spürt), hörbar zu machen. Das Thema muß nicht immer ein Großereignis sein. Schnellreportagen schildern die Stimmung auf den halbleeren abendlichen Straße, am Kinderspielfeld, auf der überfüllten Einkaufsstraße, im von Vogelgezwitscher beschallten Park etc. Es können aber auch fiktive Reportagen anhand von Fotos, Dias oder Videoabschnitten erstellt werden.

Umfragen mit Pausetaste: Die Umfrage ist die bei den AnfängerInnen beliebteste Form des Radiomachens – manchmal zum Leidwesen der TrainerInnen, da sie sehr aufwendig nachzubearbeiten sind. Eine Umfrage-Übung ganz zu Beginn des Projektes gibt den TeilnehmerInnen die Möglichkeit,

mit dem Aufnahmegerät unterwegs zu sein und auf fremde Leute zugehen zu können „wie ein/e richtige/r Radioreporter/in“ und kann viel zur Motivation beitragen.

Wenn mit der Pausetaste „geschnitten“ wird (die Frage wird nur beim ersten mal aufgenommen, danach nur die Antworten), entstehen sehr schnell fertige Ergebnisse. Bei der Präsentation soll jedoch auch der Schnitt thematisiert werden. Die Ergebnisse wären (noch) hörbarer und interessanter, wenn nichtssagende oder sich wiederholende Antworten beim Schnitt entfernt werden.

Indoor-Radio: Indoor-Radio ist ein kurzlebiger Radiosender für eine relativ kleine Zielgruppe – und zwar die Workshop TeilnehmerInnen. Dafür bedarf es eines kleinen Live-Studios und einer Beschallung eines zweiten Raumes. Die TeilnehmerInnen sind abwechselnd ProduzentInnen und HörerInnen. Sie moderieren, interviewen und werden von den anderen interviewt. Diese Übung ist sehr radiophon und wird von den TeilnehmerInnen meist mit großer Begeisterung aufgenommen, bedeutet aber einen hohen technischen Aufwand. Die Indoor-Radio-Sendung wird auch leicht langatmig, wenn es zu lange dauert. Oft werden Vorbilder hörbar indem die TeilnehmerInnen gängige Sprech- und Moderationsstile nachahmen.

Spiele mit Stimmen und Geräuschen:

(A) „Und nun zum Wetter“ – verschiedene Radiostimmen inszenieren:

Die SprecherInnen im Radio hören sich unterschiedlich an, je nach dem in welcher Sendung sie „zu Hause“ sind. Die sachlich-nüchterne Nachrichtensprecherin, die flotte Musikmoderatorin, der aufgeregt schreiende Sportreporter, die sanfte Samtstimme in der nächtlichen Talkshow, etc. Die TeilnehmerInnen sprechen kurze Textpassagen und versuchen dabei verschiedene Radiosituationen nachzuahmen. Das Ganze bekommt einen komischen Effekt, wenn es sich dabei immer um ein und denselben Text handelt.

(B) „Mach was draus!“ - Spontancollagen oder Sprechchöre:

Die TeilnehmerInnen suchen sich aus diversen Texten (Zeitungsartikeln, Gebrauchsanweisungen, Gedichte, Listen, Kindergeschichten u.Ä.) kurze Fragmente aus und entwickeln daraus ein kurzes Hörstück. Der/die WorkshopleiterIn macht bei Bedarf Vorschläge, welche Experimentiermöglichkeiten den TeilnehmerInnen dabei zur Verfügung stehen. Wie kann man den Text lesen, dass er ganz anders wird? Was passiert, wenn mehrere Texte miteinander vermischt werden? Wie kann man die Stimmen ohne technische Hilfsmittel verfremden?

(C) Jingle-Fabrik:

Ein neuer Radiosender nimmt seinen Betrieb auf. Die TeilnehmerInnen haben den Auftrag, für diesen Sender einen Namen zu erfinden und für ihn Jingles zu produzieren. Als „Material“, steht ihnen dabei nur die eigene Stimme (sprechen, singen, summen) und die Geräusche, die sie selber produzieren können, zur Verfügung.

(D) Minihörspiel ohne Worte:

In Kleingruppen werden nacheinander 5-10 Geräusche aufgenommen, die eine Geschichte erzählen. Die Aufnahmen werden präsentiert, die anderen versuchen die Geschichte zu erraten. Damit die Sache Spaß macht, dürfen die Geschichten und die verwendeten Geräusche ruhig ein bisschen vieldeutig sein.

(E) Wortlose Nachrichten:

Kleingruppen stellen möglichst aktuelle Ereignisse mit Geräuschen dar (Koalitionsverhandlungen scheitern, Erdbeben in ..., ... gewinnt die Fußball-WM, etc.), die von den anderen erraten werden müssen.

② PRODUKTION

(Erklärung unter Anwendung von Plakat 3 – Planung der Produktion)

Plakat 3

Produktion

Darstellungsform

Wird eine Darstellungsform vorgeschlagen bzw. vorgegeben?

Wenn nicht, wie werden die TeilnehmerInnen mit den Darstellungsformen im Radio vertraut gemacht?

Thema

Gibt es eine Themenvorgabe?

Wenn nicht, wie kommt die Gruppe zu ihrem Thema/ ihren Themen?

Arbeitsteilung, Produktionsverlauf

Machen alle alles oder gibt es eine Arbeitsteilung?

Stellenwert der Technik

Welche technische Fähigkeiten sollten die TeilnehmerInnen im Laufe des Workshops lernen?

Wie und wann werden Technikeinheiten in den Workshop eingebaut?

Das Tandem muß nicht für die Gruppe entscheiden, was sie zu produzieren hat. Dies ist Frage der Einschätzung der Gruppe: manche benötigen mehr, manche weniger Vorgaben. Auf jeden Fall sollten jedoch bestimmte Ziele der Produktion entschieden werden. Die TrainerInnen moderieren die Diskussion über ein Sendungsthema und eine Sendungsform, und beeinflussen dadurch stark die diesbezüglichen Entscheidungen der TeilnehmerInnen – ob sie das wollen oder nicht. Es ist besser, sich dessen bewußt zu sein und auch bewußt diese Rolle wahrzunehmen.

Darstellungsform: Die TeilnehmerInnen können sich unter Darstellungs- und Sendungsformen oft nur sehr wenig vorstellen (vielleicht kennen sie nur moderierte Musiksendungen, Call-Ins und Kurznachrichten) – entsprechend schwer fällt es ihnen daher, zu entscheiden, was sie selber produzieren sollen. Ein wesentlicher Teil der Ideen- und Themenfindung ist daher ein (von den TrainerInnen vorbereitetes) gemeinsames Aufarbeiten dessen, was es im Radio an Darstellungsformen gibt.

Ob man dabei Beispiele von den jeweiligen Beitrags- und Sendungsformen vorspielen soll oder nicht ist zweischneidig. Die Entscheidung darüber soll das jeweilige TrainerInnenteam fällen. Beispiele machen das Erklärte konkreter, man kann sich leichter etwas darunter vorstellen. Gut gewählte Beispiele können Diskussionen aufflammen lassen über Hörgewohnheiten und Vorlieben, oder über Möglichkeiten durch gezieltes Gestalten Aussagen zu treffen. Vorgespielte Beispiele haben aber auch einen starken Einfluß auf das was die Gruppe dann selber produziert. Es obliegt der Einschätzung des Zielgruppentrainers/ der Zielgruppentrainerin, wieviel theoretische Auseinandersetzung mit den Darstellungsformen der Gruppe zumutbar ist.

In manchen Fällen kann es auch sinnvoll sein eine Darstellungsform vorzugeben bzw. vorzuschlagen. Die TrainerInnen sollten sich dann aber schon im Planungsstadium darüber im Klaren sein warum gerade für die spezielle Gruppe diese oder jene Darstellungsform am geeignetsten wäre. Dann heißt es nicht mehr Radio- sondern Hörspiel-, Reportagen-, Hörbilder-, oder oder oder workshop.

Thema: Es gibt die Möglichkeit einer freien Themenwahl durch die Gruppe, oder die einer Themenvorgabe. Eine freie Themenwahl überläßt den TeilnehmerInnen natürlich mehr Entscheidungsfreiheit. Eine (wohlüberlegte, an den Interessen der TeilnehmerInnen abgestimmte und von ihnen akzeptierte) Themenvorgabe kann aber auch anregend sein.

Journalistische Themen richten den Blick nach außen. Die TeilnehmerInnen lernen, sich Informationen von Dritten zu beschaffen und diese zu bearbeiten. Bei solchen Themen ist es die wichtigste

Aufgabe des Tandems eine Eingrenzung des Themas einzufordern – AnfängerInnen neigen auch im Radio zu „Gott-und-die-Welt“-Themen.

Es bieten sich aber auch solche Themen an, zu denen die TeilnehmerInnen selbst viel zu sagen haben. Oft schafft gerade die eigene Betroffenheit und stark subjektive Stimme die interessante Sendung – besonders weil es um Gruppen geht, die im medialen Mainstream selten oder nie die Möglichkeit haben, die Dinge aus ihrer Sicht zu schildern. Zu solchen Themen müssen die TeilnehmerInnen oft erst hingeführt werden. Auf das Naheliegendste, dass auch Alltagserfahrungen oder selbst Erlebtes für die HörerInnen interessant sein könnte, kommen die WorkshopteilnehmerInnen von sich aus nur selten.

Arbeitsteilung/ Produktionsablauf: Ist es ein Ziel des Projektes, daß jede/r bestimmte Techniken und Arbeitsschritte erlernt oder läßt man Arbeitsteilungen zu? „Alle machen alles“ dient dem medienpädagogischen Ziel, einen Überblick zu bekommen und Produktionsvorgänge zu durchschauen. Arbeitsteilige Produktionsgruppen sind hingegen meist effizienter. Arbeitsteilung zuzulassen heißt, Rücksicht auf persönliche Präferenzen der TeilnehmerInnen zu nehmen. Die TeilnehmerInnen werden in ihren Stärken gefestigt. Andererseits nimmt man ihnen durch Arbeitsteilung die Möglichkeit, positive Erfahrungen bei Tätigkeiten zu machen, die sie sich selber ursprünglich überhaupt nicht zugetraut hätten.

Stellenwert der Technik: Wieviel Gewicht bekommt die Technik, wieviel der Inhalt und der Ausdruck? Dies ist eine Frage der Gewichtung. Ist es ein Ziel, dass bestimmte Techniken beherrscht werden, muß dem technischen Üben und Ausprobieren entsprechend viel Zeit eingeräumt werden. Oft sind die Geräte der erste Anreiz um bei den TeilnehmerInnen Interesse zu wecken. Das Inhaltliche bekommt erst später mehr Bedeutung.

③ REFLEXION:

Zum Abschluß eines Projektes wird das Ergebnis gemeinsam angehört.

In der Reflexionsrunde diskutiert die Gruppe folgende Fragen:

- Wie ist das Produkt inhaltlich gelungen? Kommt das, was sie sagen und vermitteln wollten, rüber?
- Wie gut ist das Produkt technisch gelungen? Wo gibt es noch hörbare Schwierigkeiten und weiteren Lernbedarf?
- Wie haben sie den Arbeitsprozess erlebt: was war interessant, was hat Spaß gemacht, welche Arbeitsschritte waren für sie mühsam oder schwierig?
- Wie ging es ihnen in der Gruppe, waren sie mit der Aufgabenteilung und den eigenen Aufgaben zufrieden?
- Wie haben sie die Gruppenleitung erlebt, was hätten sie sich anders gewünscht?

Ein sehr allgemeines „wie war es für euch“ ergibt meist ebenso allgemeine Antworten. Es ist wichtig, die Feedbackrunde zu moderieren und gezielt nachzufragen. Mündliches Feedback in der Gruppe gibt den TeilnehmerInnen die Möglichkeit, sich untereinander auszutauschen und aufeinander Bezug zu nehmen. Ein schriftliches Feedback ist oft reflektierter und bringt Kritik besser zutage. Eine Möglichkeit, die die Vorteile der beiden Methoden vereinbart, sind Feedbackplakate, die in Abwesenheit der GruppenleiterInnen ausgefüllt werden.

Große Gruppen können für die Feedbackrunde geteilt werden. Wenn in Kleingruppen produziert wurde, ist es sinnvoll, das Prozessfeedback in der Kleingruppe, das Produktfeedback in der Großgruppe zu machen.

④ PRÄSENTATION:

Die Ergebnisse eines Radioworkshops werden meist in Form einer Sendung on air präsentiert. Sie kann entweder live oder vorproduziert sein. (In einem Workshop entstehen im Regelfall sendefertige, vorproduzierte Beiträge. Wenn das Produkt des Projektes eine Live-Sendung ist, dient der Workshop dazu, daß die Gruppe die Sendung vorbereitet und übt.). Es empfiehlt sich jedoch sehr, für eingeladene Gäste (Familie, FreundInnen, Bekannte...) eine (zusätzliche) Präsentation zu organisieren, wo die Möglichkeit eines direkten HörerInnenfeedbacks gegeben ist.

II. DETAILPLANUNG DES PROJEKTES

ZIEL:

Erstellen eines detaillierten, umsetzbaren Projektplans

ARBEITSAUFTRAG:

1. Vorbereitungen:

Um den Workshopplan zu vervollständigen, sind noch folgende Fragen zu beantworten.

- Was muß vorbereitet werden? (Kontakt mit der Gruppe, Termine vereinbaren, Geräte reservieren, Transporte und so weiter)
- Reicht das Tandem oder braucht es zusätzlich eine/n Zielgruppen- und/oder
- RadiotrainerIn?
- Brauchen die ZielgruppentrainerInnen Technik-Kenntnisse?
- Wenn ja, welche?
- Wie eignen sie sich die an? (ev. Einschulungen einplanen)
- Zeitplan für die Vorbereitungsarbeiten erstellen

2. Workshop:

- Die Grobplanung wird verfeinert, sodass ein detaillierter Ablauf und Zeitplan des Workshops entsteht.

Es ist notwendig festzulegen, wieviel Zeit für einzelne Workshopteile wie Kennenlernen, Einstiegsübungen, technische oder gestalterische Inputs, Gruppen- und Themenfindung zur Verfügung steht. Die Produktion sollte so genau es geht in einzelne Arbeitsschritte geteilt werden und Zwischenziele sollten fixiert werden: zu diesem oder jenem Zeitpunkt müssen wir so und so weit sein, um rechtzeitig fertig zu werden.

3. Zusammenarbeit im Tandem:

Eine klare Arbeits- und Aufgabenteilung muß festgelegt werden; wer übernimmt während der Vorbereitungen und während des eigentlichen Workshops welche Aufgaben. Die Kompetenz-

verteilung zwischen den PartnerInnen sollte feststehen. Für das TrainerInnenteam sollten Zwischen- und Abschlußreflexionen eingeplant werden.

ABLAUF:

Arbeitsauftrag an die TrainerInnen (20 min)

Kleingruppenarbeit in den Tandems (2 st)

Präsentation und Diskussion in der Großgruppe (1 st)

Der/die WorkshopleiterIn verfolgt die Kleingruppenarbeit und unterstützt einzelne Gruppen bei Bedarf.

COACHING/CHECKLISTE:

Die Tandem-PartnerInnen erstellen einen Detailplan für ihr Projekt. Sie können den Plan anhand der obenstehenden Fragen durchführen. Bei der Coaching-Variante übernimmt der Coach die Rolle des Workshopleiters/der Workshopleiterin.

WORKSHOPFEEDBACK

ZIEL:

Workshopfeedback, Abschluss

ARBEITSAUFTRAG:

Die WorkshopteilnehmerInnen erzählen, wie der Planungsworkshop für sie war.

(Aufbau und Ablauf, Arbeitsaufträge, das Arbeiten mit dem Tandem-Partner/der Partnerin, dem/der WorkshopleiterIn, die Workshopergebnisse) Der/die WorkshopleiterIn schätzt den Ablauf und die Ergebnisse des Workshops aus seiner/ihrer Sicht ein.

ABLAUF:

Blitzlichtrunde, Großgruppendifkussion. Zusätzlich werden die TeilnehmerInnen dazu aufgefordert, dem/der WorkshopleiterIn nach einigen Tagen schriftlich Feedback zu geben.

COACHING:

Das Tandem reflektiert seine bisherige Zusammenarbeit und gibt dem Coach Feedback, wie es seine/ihre Beteiligung erlebt hat. Der Coach schätzt den Ablauf und die Ergebnisse des Planungsprozesses aus seiner/ihrer Sicht ein.

CHECKLISTE:

Das Tandem reflektiert seine bisherige Zusammenarbeit.

ANHANG:

FRAGELISTE FÜR DIE PROJEKTREFLEXION DER TANDEM - PARTNERINNEN

ZIELGRUPPE

- Wie motiviert war die Gruppe? Welche Schwierigkeiten gab es?
- Habt ihr die Zielgruppe richtig eingeschätzt?

ARBEITEN IM VORFELD

- Sind während der Vorbereitung Fragen aufgetaucht, die bei der Planung nicht berücksichtigt wurden?
- Sind während des Projekts Fragen aufgetreten, die während der Planung nicht berücksichtigt wurden?

PROJEKT

Einstieg:

- Was hat funktioniert, was hat nicht funktioniert?
- Gab es Programmänderungen und warum?
- Welchen Zweck erfüllte der Einstieg / welchen nicht? Warum nicht?
- Vergleiche die Gruppe am Anfang und nach dem Einstieg?

Produktion:

- Was hat funktioniert, was hat nicht funktioniert?
- Gab es Programmänderungen und warum?
- Hielten die Zeitpläne?
- Wie gut/schlecht funktionierte die Arbeitsteilung der TeilnehmerInnen?
- Konnten/wollten sich alle einbringen?

Produkt:

- Wie beurteilte die Gruppe das Endprodukt (inhaltlich und technisch)?
- Wie beurteilt ihr das Endprodukt (inhaltlich und technisch)?

- Welchen Stellenwert hatte es für die Gruppe?

Die Gruppe:

- Wie war die Arbeitsstimmung in der Gruppe?
- Gruppendynamik: was lief gut, wo gab es Schwierigkeiten?
- Was für Feedback gab die Gruppe?
- War es ausreichend?
- Was vermutet ihr darüberhinaus bzw. was wurde nicht gesagt?

Das Tandem:

- Funktionierte die Arbeitsteilung wie geplant?
- Wie ging es euch untereinander?
- Was hättet ihr gebraucht, um (noch) besser als Team zu funktionieren?

PROJEKTZIELE / MOTIVATION

- Welche Ziele hat das Projekt erfüllt?
- Welche nicht und warum nicht?
- Auf Grund dieser Erfahrungen werden / würden wir beim nächsten Mal...
- Gibt es Bedarf an / Interesse an / Möglichkeiten für Nachfolgeprojekte?