

**Interview zur internen Kommunikation mit dem Leiter des spanischen Bürgerradios Onda Color in Málaga,  
Alejandro Blanco Vallejo, am 19.12.2013 – Teil 1**

**1. ¿Qué medios de comunicación utiliza Onda Color para su comunicación interna (facebook, correo electrónico, Twitter, boletín, tablón de anuncios, etc.)?**

- A. El grupo de Facebook *Onda Color Membresía* (vía que permite comunicación horizontal)
- B. El envío de correos electrónicos con copia oculta desde la directiva hacia los miembros de la radio (vía bidireccional que solo permite la comunicación vertical)
- C. Carteles – tablón de anuncios
- D. SMS de la directiva hacia la membresía (vía bidireccional que solo permite la comunicación vertical)
- E. Grupos de Whatsapp. Un grupo para la junta directiva y otros grupo para los trabajadores y becarios (vía bidireccional horizontal y vertical)
- F. Grupo de correo electrónico [ondacolojunta@googlegroups.com](mailto:ondacolojunta@googlegroups.com) para la junta directiva (permite la comunicación horizontal en la junta directiva)
- G. También usamos el teléfono.

**2. ¿Quien utiliza los dichos medios (la redacción, los presentadores, todos)?**

- A. Todos
- B. Directiva y cada persona de la radio (programas, trabajadores, becarios y voluntarios)
- C. Directiva
- D. Directiva
- E. Directiva y trabajadores, respectivamente.
- F. Directiva

**3. ¿Con que frecuencia se utilizan estos medios de comunicación (diario / semanal)?**

- A. Varias veces a la semana
- B. Una o varias veces a la semana
- C. Bimensualmente
- D. Semestralmente
- E. Una o varias veces a la semana y diariamente, respectivamente.
- F. Una o varias veces a la semana.

**1. Welche internen Kommunikationsmittel (facebook, E-Mail, twitter, Newsletter, schwarzes Brett etc.) werden verwendet?**

- A. Die Facebook-Gruppe Onda Color Membresía (dt. Onda Color Mitglieder) (die die horizontale Kommunikation erlaubt)
- B. E-Mailversand mit versteckter Kopie des Vorstands an die Radiomitglieder (bidirektional, aber nur vertikale Kommunikation)
- C. Poster – schwarzes Brett
- D. SMS des Vorstandes an die Mitglieder (bidirektional, nur vertikale Kommunikation)
- E. Whatsapp-Gruppen. Eine Gruppe für den Vorstand und eine andere für die Arbeitnehmer und Stipendiaten (bidirektional und vertikal)
- F. E-Mail-Verteiler [ondacolojunta@googlegroups.com](mailto:ondacolojunta@googlegroups.com) für den Vorstand (erlaubt horizontale Kommunikation innerhalb des Vorstands)
- G. Auch das Telefon wird verwendet.

**2. Wer verwendet diese (Redaktion, Moderatoren, Programmacher, alle)?**

- A. alle
- B. Vorstand und jedes Radiomitglied (Sendungsmacher, Arbeitnehmer, Stipendiaten und Freiwillige)
- C. Vorstand
- D. Vorstand
- E. Vorstand bzw. Arbeitnehmer
- F. Vorstand

**3. Wie oft wird über diese Kommunikationswege kommuniziert (täglich, wöchentlich)?**

- A. Mehrmals pro Woche
- B. Ein- bis zweimal pro Woche
- C. zweimonatlich
- D. Halbjährlich
- E. Ein-oder mehrmals wöchentlich bzw. täglich
- F. Einmal oder mehrmals pro Woche.

**4. ¿Existe una intranet o una plataforma interna exclusiva para las personas que participan activamente en Onda Color? Si es así, ¿cómo se llama el proveedor y para que tipo de información se utiliza?**

No existe una intranet en un sentido clásico: un sistema informático que permite acceder a documentos comunes y la comunicación interna. Pero sí tenemos un canal de comunicación horizontal (*Onda Color Membresía*) y una serie de usos y herramientas de proveedores externos, como Google Docs o Titanpad, para colgar documentos, elaborarlos y acceder a ellos remotamente.

**5. ¿Cuántos veces hay reuniones (diario / semanal / mensual)?**

De la junta directiva: una vez al mes. De todos los programas: semestralmente, aunque quizá ahora las hagamos mensualmente según acordó recientemente la asamblea. De los trabajadores entre sí o de ellos con alguien de la junta directiva: semanalmente.

**6. ¿Hay informaciones como un boletín semanal?**

No.

**7. ¿Qué medios de comunicación se utilizan con más frecuencia? (facebook, correo electrónico, Twitter, boletín, tablón de anuncios, etc) ¿Por qué se usa este medio de comunicación y no otro? ¿Cuáles son las ventajas de esta herramienta de comunicación?**

El grupo de Facebook Onda Color Membresía y los grupos de Whatsapp son los más frecuentes.

El grupo de Facebook permite la comunicación horizontal y el debate, algo muy importante en una organización donde la participación de todos en la gestión forma parte. Además, el grupo permite conocer el interés y seguimiento que despierta cada mensaje, un feedback rápido y la difusión de imágenes. Las imágenes son importantes porque permiten la transmisión simbólica de valores y emociones de nuestra organización con más efectividad que las palabras.

Los dos grupos de Whatsapp permiten la comunicación entre personas de forma más ágil que el correo electrónico para asuntos de coordinación de la emisora que no son extensos. Esto es importante para posibilitar la coordinación de una organización que mueve a más de un centenar de personas cada semana pero cuya directiva no tiene una exclusividad con esta tarea, ya que lo realizamos de forma altruista. Whatsapp permite una gran disponibilidad (sin estar condicionado a tener un ordenador delante) al tiempo que no interrumpe las ocupaciones de las personas que componen la junta directiva.

Además, la textualidad de Whatsapp reduce los errores de comunicación con personas

**4. Gibt es ein Intranet oder eine interne Plattform nur für die MitarbeiterInnen? Und wenn ja, über welchen Anbieter läuft diese?**

Es existiert kein Intranet im klassischen Sinn: Ein Computersystem, das den Zugang zu gemeinsamen Dokumenten und internen Kommunikation bietet. Aber wir haben einen horizontalen Kommunikationskanal ([die Facebook-Gruppe] *Onda Color Membresía*) und eine Reihe von Anwendungen und Werkzeugen externer Anbieter, wie Google Docs oder Titanpad, um Dokumente im Anhang zu verschicken, sie zu überarbeiten und auf diese von der Ferne aus zuzugreifen.

**5. Gibt es (tägliche/wöchentliche/monatliche) Meetings?**

Treffen des Vorstandes: einmal im Monat. Von allen Programmen: halbjährlich, obwohl wir kürzlich beschlossen haben monatliche Treffen zu veranstalten. Die Sendungsmacher (treffen sich) unter sich oder auch mit dem Vorstand wöchentlich.

**6. Gibt es regelmäßige Informationen, wie einen wöchentlichen Newsletter?**

Nein.

**7. Welches Kommunikationsmittel (facebook, E-Mail, twitter, Newsletter, schwarzes Brett etc.) wird am häufigsten verwendet und weswegen ausgerechnet dieses? Welche Vorteile bringt es für die interne Kommunikation im Bügerradio mit sich?**

Die Facebook-Gruppe und die Whatsapp-Gruppen werden am häufigsten verwendet.

Die Facebook-Gruppe erlaubt die horizontale Kommunikation und Diskussion, welche in einer derartigen Organisation, bei der die Teilhabe aller (Mitglieder) wichtig ist, sehr bedeutsam ist. Außerdem ermöglicht die Gruppe es, die (verschiedenen) Interessen kennenzulernen; was einer Nachricht folgt ist ein schnelles Feedback und die Verbreitung von Bildern. Die Bilder sind wichtig, denn sie erlauben die Vermittlung der Werte und Emotionen unserer Organisation auf symbolische Weise mit einer größeren Effektivität als es Worte könnten.

Die beiden Whatsapp-Gruppen erlauben eine flexiblere Kommunikation zwischen Personen, als es per E-Mail möglich wäre, v.a. bei nicht umfangreichen Koordinationsfragen. Dies ist wichtig, um die Koordination von einer Organisation mit mehr als hundert Menschen, die sich pro Woche beteiligen, uneigennützig zu ermöglichen, aber dessen Vorstand keine Exklusivität mit dieser Aufgabe hat. Whatsapp ermöglicht eine hohe Verfügbarkeit (ohne zwangsweise einen Computer vor sich zu haben), während andere Beschäftigungen, denen der Vorstand nachgeht, nicht unterbrochen werden. Außerdem verringert Whatsapp

cuya lengua materna no es el español (voluntarios y becarios europeos). Por último, Whatsapp permite la difusión de imágenes que permiten una comunicación más eficiente y completa.

Kommunikationsprobleme mit Personen, deren Muttersprache nicht Spanisch ist (Freiwillige und Stipendiaten). Letzten Endes ermöglicht Whatsapp eine effiziente und vollständige Kommunikation durch die Verbreitung von Bildern.

**8. Por favor, especifique las características de que por qué se utiliza exactamente esta herramienta de comunicación. ¿Qué puede hacer que otras no puedan? ¿Cuáles son las desventajas de esta herramienta de comunicación?**

El motivo lo he explicado en la respuesta de arriba. Las desventajas del grupo de Facebook son las siguientes:

- ✚ Hay pocas opciones de moderación y jerarquización de los mensajes.
- ✚ Si se ponen muchos mensajes, la eficiencia de los mensajes desciende.
- ✚ Los mensajes que se difunden no pueden ser muy extensos. Sí pueden ser más largo que por Whatsapp, pero no tanto como por correo electrónico.

Desventajas de Whatsapp:

- ✚ A veces es difícil usar adecuadamente esta vía. A veces las características del mensajes (su excesiva longitud, su importancia o debates y respuestas que surgen o difundir demasiados mensajes en un corto periodo) hace que los mensajes pierdan eficiencia o que Whatsapp no sea operativo.

**8. Nennen Sie mir bitte Merkmale, weswegen genau dieses Kommunikationswerkzeug zum Einsatz kommt. Was kann es, was andere nicht / schlechter können? Welche Nachteile bringt es für die interne Kommunikation im Bürgerradio mit sich?**

Dieses Motiv (gemeint sind die Vorteile) habe ich schon in der Frage darüber beantwortet. Die Nachteile der Facebook-Gruppe sind folgende:

- ✚ Es gibt nur wenige Möglichkeiten für Moderation und Priorisierung der Nachrichten.
- ✚ Wenn viele Nachrichten gepostet werden, nimmt die Effizienz der Nachrichten ab.
- ✚ Die geteilten Nachrichten können nicht sehr umfangreich sein. Sie können länger als in Whatsapp sein, aber nicht so lange wie in einer E-Mail.

Nachteile von Whatsapp:

- ✚ Manchmal ist es schwierig diesen (Kommunikations-)Weg angemessen zu nutzen. Manchmal sind es die Eigenschaften der Nachrichten, die bewirken, dass Nachrichten an Effizienz verlieren oder WhatsApp nicht wirksam ist (aufgrund ihrer Überlänge, ihrer Größe oder den Debatten und Antworten, die auftreten oder aufgrund zu vieler Nachrichten in einem kurzen Zeitraum).

**9. ¿Cuál es el medio de comunicación más efectivo para la comunicación interna (facebook, correo electrónico, Twitter, boletín, tablón de anuncios, etc.) / informa mejor a los participantes?**

Depende del tipo de mensaje, su urgencia y el tipo de público al que queremos comunicar.

Quizás, el grupo de Facebook es el más eficiente en términos de frecuencia que lo usamos y efectividad en la comprensión del mensaje.

**9. Welches Kommunikationsmittel (facebook, E-Mail, twitter, Newsletter, schwarzes Brett etc.) ist für die interne Kommunikation am Effektivsten / informiert am besten die Mitarbeiter?**

Das hängt von der Art der Nachricht, ihrer Dringlichkeit und der Art des Publikums ab mit der wir kommunizieren möchten. Wahrscheinlich ist die Facebook-Gruppe im Bezug auf die Häufigkeit, mit der wir sie nutzen, sowie im Bezug auf die Effektivität bzgl. des Verständnisses der Nachricht am effektivsten.

**10. ¿En qué medida es una radio comunitaria distinta a otras radios (de derecho) públicas y privadas ) con vistas a la comunicación interna?**

Parte de esta respuesta la doy en la pregunta 7, párrafo 2. Somos una radio en la que hay mucha gente que destina su tiempo libre (poco) y la mayoría de las personas solo comparten el espacio físico de la radio durante un par de horas una vez a la semana.

**10. Inwiefern unterscheidet sich ein Bürgerradio von anderen Rundfunkanstalten im Hinblick auf die interne Kommunikation?**

Teile dieser Antwort habe ich schon in Frage 7, 2. Absatz gegeben. Wir sind ein Radio, in dem viele Menschen ihre (wenige) freie Zeit verbringen und die Mehrheit die Räumlichkeiten nur für ein paar Stunden wöchentlich nutzen.

La dispersión geográfica y funcional (tenemos fuera de la radio nuestros trabajos) de la gente que compone la radio nos obliga a que la comunicación interna sea muy eficiente. Cuando no es así, tenemos problemas de funcionamiento.

Die geographische und funktionale Verteilung der Leute, aus denen sich das Radio zusammensetzt (wir haben außerhalb unseres Radios unsere Arbeit) zwingt uns, dass die interne Kommunikation sehr effizient sein muss. Wenn nicht, haben wir Probleme in der Funktion/Umsetzung.

**11. Si es una radio comunitaria es voluntaria y sin compromiso, ¿Cómo se realiza la fidelización del cliente? ¿Existe algún medio de comunicación que Onda Color utiliza para la fidelización del cliente? ¿Se realiza la motivación extrínseca gracias a los medios de comunicación interna?**

¿Cliente? Este concepto no es aplicable a las emisoras comunitarias. Si con cliente te refieres a la audiencia. No tenemos ninguna medida concreta, excepto el de que la audiencia conoce personalmente a mucha de la gente que hace radio.

**11. Wie schafft man die Kundenbindung, da ein Bürgerradio ja freiwillig und unverbindlich ist? Werden hierfür eigens bestimmte Kommunikationsmittel /-wege genutzt? Und findet hierüber auch extrinsische Motivation (d.h. von außen verursachte / durch äußere Anreize verursachte Motivation) statt?**

Kunde? Dieses Konzept ist nicht für Gemeinschaftsradios nicht zutreffend. Wenn du mit Kunde das Publikum meinst. Wir haben keine spezifische Maßnahme, außer, dass die Zuhörer viele Leute des Radios persönlich kennen.

Ergänzung aus dem Interview, das per Video aufgezeichnet wurde:

- Vermittlung von Werten
  - den Mitgliedern ermöglichen, Teil des Radios zu sein und etwas verändern zu können
- Bindung der Mitglieder

**12. ¿Existe una estrategia de comunicación para la retención de los empleados / la fidelización del cliente (por ejemplo en forma de una revista del personal, etc)?**

Tenemos una página pública de Facebook y un perfil de Twitter, además de nuestra web. Pero no tenemos boletín. En todo caso, dentro de las citadas herramientas no hacemos acciones explícitas de fidelización de audiencia o empleados.

**12. Gibt es für die Bindung der Mitarbeiter eine eigene Kommunikationsstrategie (z.B. in Form einer Mitarbeiterzeitschrift o.ä.)?**

Wir haben eine öffentliche Seite im Facebook und ein Profil im twitter, außerdem haben wir unsere Webseite. Aber wir haben keinen Newsletter. Auf jeden Fall haben wir innerhalb der oben genannten Kommunikationswerkzeuge keine expliziten Maßnahmen für die Zuschauer oder Mitarbeiterbindung.

**13. ¿Qué cosas mejorarías en la comunicación interna?**

Necesitamos un manual de comunicación interna que nos oriente sobre en qué casos difundir un mensaje por whatsapp, por mail, por Facebook o por SMS y la periodicidad recomendada en cada caso. También necesitamos saber cómo unos canales de comunicación complementan a otros. Y cómo debe ser la comunicación en cada uno de esos canales.

No tenemos una papelería oficial diseñada y hay que meter el logo y pie de página cada vez que generamos un documento.

**13. Was würdest du bzgl. der internen Kommunikation verbessern?**

Wir brauchen eine Art Handbuch der internen Kommunikation, das uns dabei hilft, entsprechend der Art der Nachricht, diese über Whatsapp, E-Mail, facebook oder SMS zu verteilen und (dieses Handbuch) ebenfalls über die jeweilig empfohlenen Intervalle. Außerdem müssen wir wissen, wie sich die einzelnen Kommunikationskanäle ergänzen. Und wie eine Kommunikation in dem jeweiligen Kanal ablaufen sollte.

Wir haben kein offizielles „Briefpapier“ und (zudem) müsste das Logo und die URL auf jeder Nachricht als Fußzeile an jedem verbreiteten Dokument zu sehen sein.

**¡Muchas gracias por su tiempo!**

**Vielen Dank, dass Sie sich Zeit genommen haben!**