

**WIE KÖNNEN  
MIGRANTSICHE COMMUNITIES  
ERREICHT WERDEN,  
UM SIE ÜBER DEMENZ, HOSPIZ  
UND PALLIATIVE CARE  
ZU INFORMIEREN?**

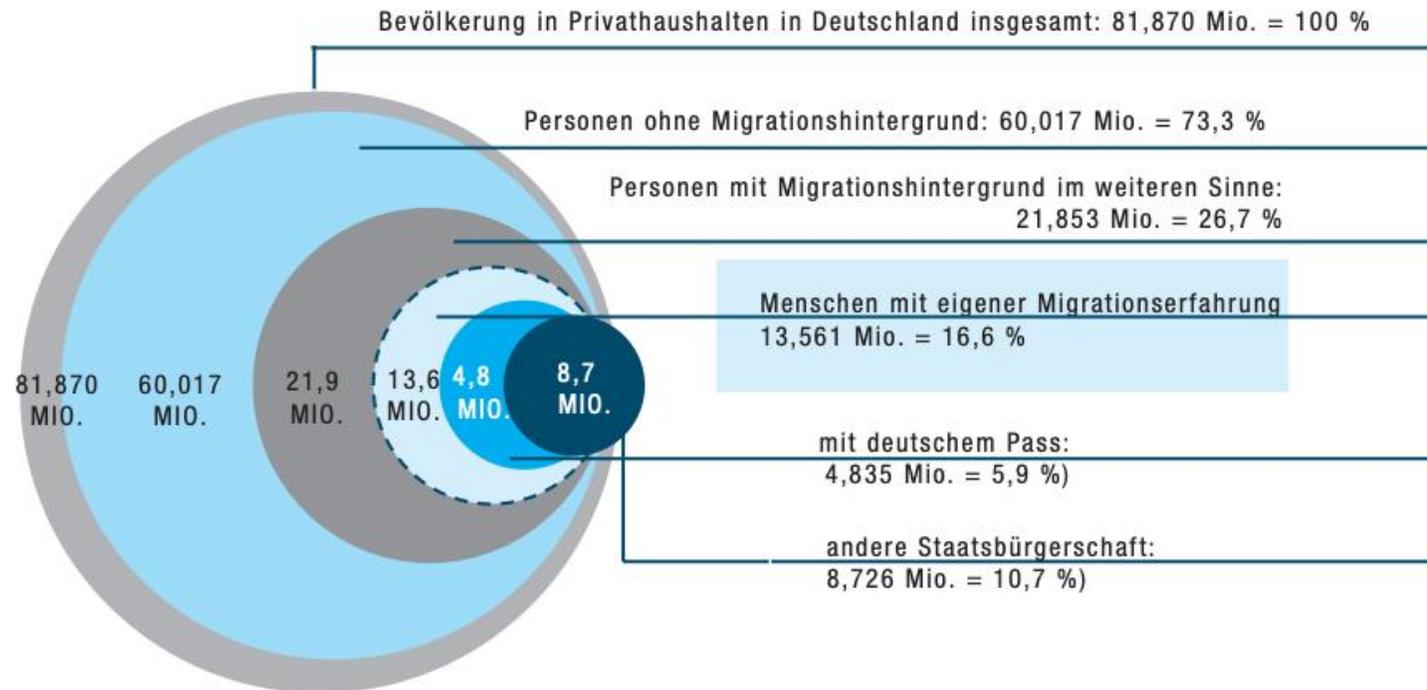


WER SIND  
**DIESE**  
**COMMUNITIES**  
EIGENTLICH

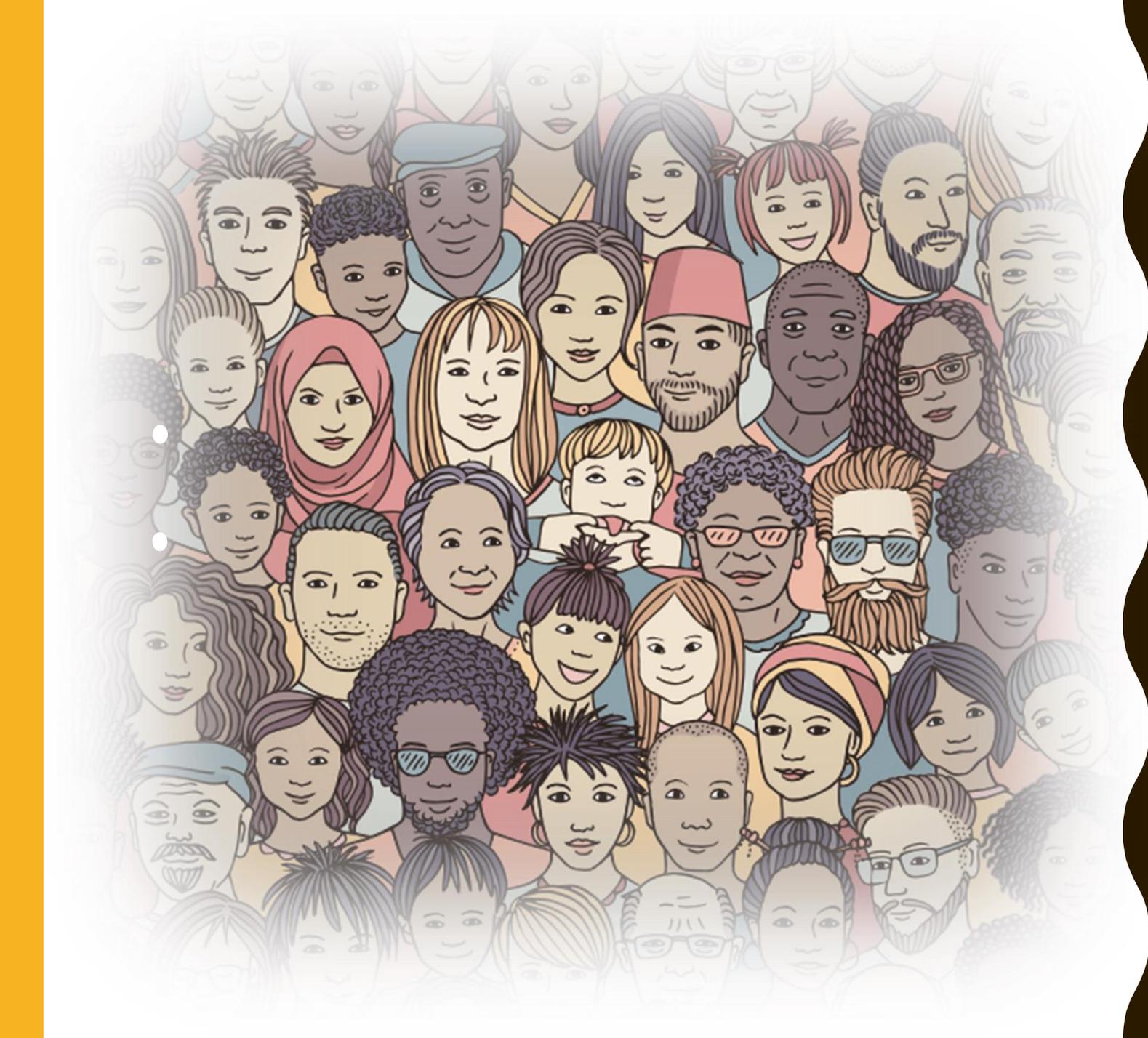


# 26,7% PERSONEN MIT MIGRATIONSHINTERGRUND IM WEITEREN SINNE

Abbildung 2  
Bevölkerung in Deutschland nach Migrationsstatus



Quelle: Statistisches Bundesamt, Mikrozensus 2020.



## ZIELGRUPPE

- Heterogene Gruppe
- Unterschiedliches Informationsverhalten

# ZIELGRUPPEN

Geflüchtete  
+  
Angehörige im  
Rahmen des  
Familiennachzug

Migration ethnischer  
Minderheiten

Staatenlose

Spätaussiedler

Eingewanderte  
Fachkräfte  
+  
Familienangehörige

sog.  
Gastarbeiter\*innen

2 + 3 Generation

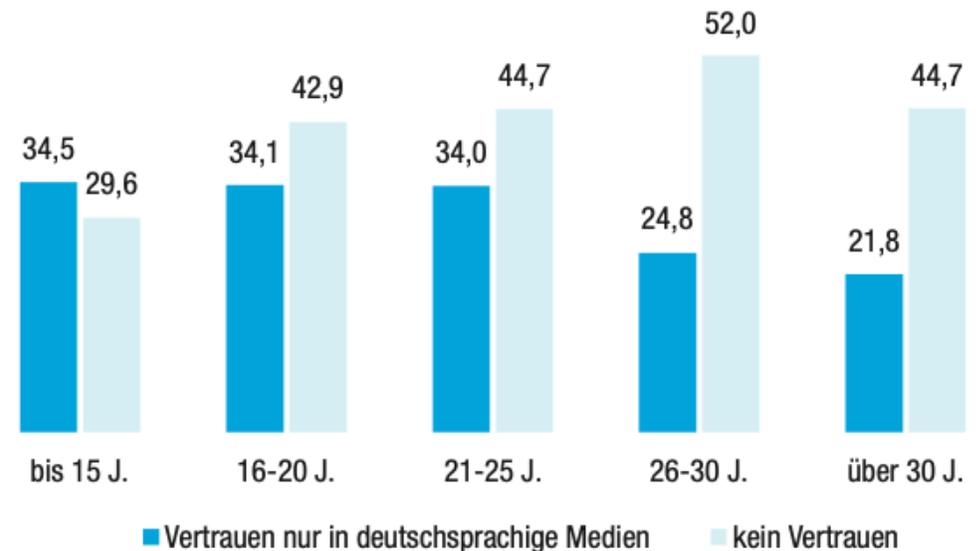
## Menschen mit Einwanderungsgeschichte fühlen sich in deutschen Medien nicht repräsentiert

- Mangelndes Vertrauen
- Finden sich nicht in den deutschen Medien wieder
- Fehlende Deutschkenntnisse

Abbildung 10

### Medienvertrauen nach Aufenthaltsdauer von Befragten mit Migrationshintergrund

in %



Quelle: SVR-Integrationsbarometer 2018, gewichtete und ungewichtete\* Daten.

Über welche Medien sind die unterschiedlichen migrantischen Communities erreichbar?

Deutsch +  
Muttersprache

- Fernsehen, Radio, Zeitung (Bildungsgrad abhängig)
- Internet - mediale Angebote in deutscher und der Muttersprache, Soziale Medien

Muttersprache

- Muttersprachliche Medien in Deutschland
- Internet - mediale Angebote in der Muttersprache, Soziale Medien

# ZIELGRUPPEN ERREICHEN

- kultursensibel
- ggf. muttersprachlich
- Vertrauensaufbau durch Menschen aus den Communities
- Orte aufsuchen, wo sich die Zielgruppen aufhalten - in Präsenz und digital
- Zusammenarbeit mit Multiplikatoren (Vereine, Gemeinden und Migranten Selbstorganisationen)



Moschee Berlin Wedding

# HALTE MEINE HAND

Ein Muslim begleitet  
Sterbende

Eine Produktion von Stefan Kloos und Medien  
Im Auftrag des RBB  
Das ERSTE 2016

Hussam Khoder, ehrenamtlicher  
Sterbebegleiter des Lazarus  
Hospizes Berlin



# SOZIALE MEDIEN

- RECHERCHE: WER NUTZT WELCHE KANÄLE UND IN WELCHER SPRACHE?
- ZUSAMMENARBEIT MIT ADMINS UND INFLUENCERN AUS DEN COMMUNITIES
- PRÄSENZ MIT EIGENEN INHALTEN AUF „FREMDEN“ REICHWEITENSTARKEN KANÄLEN
- EIGENE KANÄLE GARANTIEREN KEINE REICHWEITE IN DIE COMMUNITIES
- STORYTELLING, DAS DIE LEBENSREALITÄT DER COMMUNITIES WIEDERSPIEGELT



**DANKE!**

**INPUT - MOSJKAN EHRARI**