

## Zivilgesellschaftliches Engagement durch Community Radios – Chancen und Grenzen partizipativer Medienarbeit in Südafrika

Esther Dorn-Fellermann

Freie und unabhängige Medien werden als wichtiger Bestandteil funktionierender Demokratien angesehen. Zu ihnen gehören dem Konzept nach auch die Community Radios (CR), die im Fokus dieser Arbeit stehen. Den partizipativ organisierten Community Radiostationen, die in zivilgesellschaftlichen Bewegungen verankert sein sollen (1) wird dabei ebenso wie zivilgesellschaftlichen Akteuren weitgehend undifferenziert ein demokratieförderndes Potential zugeschrieben. Dieser Annahme wird in einem Umfeld nachgegangen, welches sich noch in der zivilkulturellen, demokratischen Konsolidierung befindet. Community Radiostationen bieten laut Konzept allen Mitgliedern der Community einen Zugang zum Medium (2). Sie werden hier sowohl als mögliche Plattformen für den Austausch und die Verbreitung von Ideen betrachtet wie auch als Orte untersucht, an denen eine Förderung der Demokratie durch zivilgesellschaftliches Engagement ermöglicht wird.

Ziel dieser qualitativen Studie war es, die Chancen und Grenzen der partizipativen Medienarbeit unter den vorherrschenden Bedingungen auszuloten. Somit ging es zunächst darum wertfrei herauszufinden, ob und wie die Umsetzung der beiden zugrunde gelegten Konzepte (zivilgesellschaftliches Engagement und partizipative Medienarbeit) in der ausgewählten Region in Abhängigkeit von den Rahmenbedingungen gelingt, bzw. den selbst gesetzten Ansprüchen genügt und gegebenenfalls mögliche Gründe für die Diskrepanz zwischen Anspruch und Realisierung zu benennen.

### Herausforderungen, Chancen und Grenzen partizipativer Medienarbeit in Südafrika

Partizipationsmöglichkeiten sind grundsätzlich ein wesentliches Element in der Herausbildung und Verfestigung demokratischer Strukturen. Dabei bieten partizipativ organisierte Medien unterschiedliche Wege zur Beteiligung an diesen Prozessen an. Der technische Zugang zu Medien ist als wichtige Voraussetzung anzusehen, garantiert aber nicht einen erfolgreichen Verlauf dieses Prozesses. In modernen Gesellschaften kämpfen Interessengruppen, die sich entlang teilweise neu entstehender Cleavages bilden, über Medien um Aufmerksamkeit und Deutungsmacht (3). Hier sind Aushandlungsprozesse über Wege, Ziele und deren Umsetzung erforderlich, wenn eine demokratische Zivilgesellschaft entstehen soll.

### Herausforderungen bei der Umsetzung des Community Radiokonzepts

#### *Zwischen öffentlichem und privatem Rundfunk*

Die Teilnehmer\*innen an der Gruppendiskussion sahen im Community Radiosektor ein Stiefkind im südafrikanischen Rundfunksystem. Sie beklagten, dass die Community Radios nicht ernst genommen werden, weder von den Politiker\*innen noch von den Mitgliedern der jeweiligen Community und auch nicht von den Akteur\*innen

im Sender selbst. Die Positionierung zwischen den etablierten, professionellen Sendern als eigenständigem Sendertyp mit charakteristischen Merkmalen fällt den Engagierten in den Stationen aus unterschiedlichen Gründen schwer.

Insbesondere die Mitarbeiter\*innen in den untersuchten geographischen Stationen schildern finanzielle und programmatische Herausforderungen, die nicht nur in der Wahrnehmung mancher Akteur\*innen eng zusammenhängen. Je größer die Einkommensunterschiede in der Zielgruppe sind, desto größer erscheint auch die Versuchung, ein für Werbekunden attraktives Programm zu gestalten. Die inhaltliche Abgrenzung zu den kommerziellen lokalen Sendern wird dann schwieriger. Auf der anderen Seite scheint zu gelten: Je stärker benachteiligt die im Sendegebiet lebende Zielgruppe ist, und je mehr die Radiomacher\*innen sich auf die vorgesehene entwicklungspolitische Unterstützung der Community konzentrieren, desto schwieriger ist eine nachhaltige Finanzierung. In beiden Fällen ist die Umsetzung des Konzepts gefährdet. Im ersten Fall, weil sich das Programm inhaltlich zu wenig von dem der privaten Sender unterscheidet, im zweiten Fall, weil aufgrund finanzieller Probleme der Fortbestand des Senders insgesamt gefährdet ist.

Über die Sendesprachen können sich die Stationen vor allem von den professionellen Sendern unterscheiden. Hier könnte ein Weg zwischen einer selbstbewussten Verwendung und Wertschätzung afrikanischer Sprachen einerseits und einem selbstverständlichen Umgang mit der englischen Sprache andererseits gefunden werden. Letzterer erscheint in Südafrika als besonders wichtig, weil die Beherrschung der englischen Sprache Karriere-chancen erhöht und zudem die im Sinne des zivilgesellschaftlichen Engagements angestrebte politische Partizipation über die Community hinaus dadurch erst ermöglicht wird.

Community Radiostationen sind im Unterschied zu den professionellen Sendern auf freiwilliges Engagement angewiesen. Es müssen somit Anreize geschaffen werden, wenn die Arbeit in den Stationen laut Konzept nicht bezahlt werden soll. Zwanzig Jahre nach dem illegalen Sendestart von Bush Radio als Mutter der südafrikanischen Community Radios in Kapstadt, ringen die Akteur\*innen in den Stationen noch um die Etablierung der anspruchsvollen und auf nationaler Ebene formulierten Regularien für den dritten Sektor des Rundfunksystems sowie um die Anerkennung ihres Engagements in den Stationen.

### ***Institutionelle und soziale Nachhaltigkeit***

Die institutionelle Nachhaltigkeit gerät von unterschiedlichen Seiten unter Druck. Ein großes Problem in diesem Kontext scheint die hohe Fluktuation zu sein. Das Fehlen von Verträgen, die die Volunteers für eine bestimmte Zeit an die Stationen binden, sorgt mancherorts dafür, dass ständig neue Mitarbeiter\*innen eingearbeitet werden müssen. Dadurch entsteht bei den Verantwortlichen ein Gefühl, immer wieder von vorn beginnen zu müssen. Gleichzeitig fehlt die Dokumentation von Rechten und Pflichten oder diese ist zumindest nicht allen bekannt. Es sind zudem häufig ausgerechnet die gut ausgebildeten und aufgrund ihrer Qualifikation besonders für Leitungsfunktionen geeigneten Akteur\*innen, die die Stationen verlassen.

Damit wird es schwer, ein Verständnis für die rechtlichen Rahmenbedingungen zu erreichen und diese in einem gemeinsamen Prozess umzusetzen. Dies gilt erst recht, wenn den Verantwortlichen in den Stationen die nötige Kompetenz dafür abgesprochen wird. Dies klang sowohl in einem Interview wie auch in der Gruppendiskussion an.

Die hierarchische Organisation in den untersuchten Radiostationen führt dort zu minimalen Partizipationsformen bei den Volunteers, die vor allem auf der inhaltlichen Ebene aktiv sind und nur wenig Interesse an strukturellen Entscheidungen zeigen. Das mangelnde Verantwortungsbewusstsein der anderen wird an unterschiedlichen Stellen beklagt: Sowohl von Stationmanager\*innen gegenüber den Volunteers wie auch in die andere Richtung, gegenüber dem Board, den verantwortlichen Politikern oder der Regulierungsbehörde. Eine Herausforderung besteht darin, alle Akteur\*innen zur Übernahme von Verantwortung zu motivieren, gleichzeitig Zuständigkeiten gemeinsam zu verteilen und diese dann auch anzuerkennen.

### *Inhaltliche und finanzielle Unabhängigkeit*

In den Stationen sollen gemeinschaftliche und schwer organisierbare Interessen vertreten und darüber hinaus auch für Transparenz in der jeweiligen Community sorgen. Die Akteur\*innen sehen sich hier den widersprüchlichen Anforderungen an einen anwaltschaftlichen Journalismus einerseits und einem Recherchejournalismus andererseits ausgesetzt. Erwartet wird ein kritisches und initiatives, journalistisches Vorgehen im Interesse der Community. Dieses findet in den untersuchten Stationen nur bedingt statt. Ein Problem entsteht bei der Zugänglichkeit der Quellen. Diese sind im Untersuchungsland aufgrund der langen Anfahrten schon physisch schwer zu erreichen. Eine kritische und unabhängige Berichterstattung wird durch mögliche Strafandrohungen ebenso erschwert, wie durch die Tatsache, dass die Radiomacher\*innen in der jeweiligen Community leben und die Menschen, über die sie berichten sollen u. U. persönlich kennen. Eine direkte Auseinandersetzung mit den politisch Verantwortlichen wird nicht zuletzt wegen finanzieller Abhängigkeiten bisweilen gescheut. Dennoch kann in diesen Stationen der Umgang mit evtl. als heikel eingestuften Themen diskutiert und gemeinsam über eine mögliche Sendeform entschieden werden.

Die untersuchten Stationen finanzieren sich alle fast ausschließlich aus Werbegeldern. Die Generierung dieser Gelder funktioniert je nach Lage der Station unterschiedlich gut. Auch wenn alle Manager\*innen eine Einflussnahme ausschlossen und dies unterschiedlich begründeten, so tauchten in diesem Zusammenhang einige Widersprüche auf. Es zeigte sich ein schwach ausgeprägtes Interesse an der damit verbundenen Problematik. Diese ist aber nicht nur mit Blick auf Werbekund\*innen gegeben, sondern sollte auch bei den Interessent\*innen Communities und deren Geldgeber\*innen thematisiert werden. Nicht zuletzt binden auch NGOs ihre finanzielle Unterstützung an bestimmte Vorgaben, die vor allem ideeller Natur sind und sich an der eigenen Agenda orientieren.

## Das Community-Verständnis

»Even to say it's all by the community, who is the community?« Dies fragte ein Teilnehmer bei der Gruppendiskussion. Dort waren sich die Diskutant\*innen einig, dass nicht klar definiert sei, wer oder was mit dem Begriff »Community« gemeint ist und welche Ansprüche sich aus einer Zugehörigkeit in Bezug auf die Radiostation ableiten lassen. Auch in den Interviews wurde nicht deutlich, wie die Gemeinde, in der die Befragten leben, die Community, der die Station gehört und die Zielgruppe, die mit Programm versorgt werden soll, zusammenhängen bzw. sich voneinander abgrenzen.

Insbesondere wenn es um einen Zugang zum Medium Radio für die Mitglieder der Community und um Öffentlichkeit für deren Themen geht, sollte geklärt sein, wer dazu gehört und wessen Interessen daher vertreten werden sollen. Hinzu kommt die Frage, wer von diesen Zugangsmöglichkeiten weiß und diese für sich nutzen möchte. Die von diesem Zugang Ausgeschlossenen haben häufig kaum Kenntnis von den Beteiligungsmöglichkeiten in partizipativen Medien und können folgerichtig diese auch nicht einfordern. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass hier Einzelne oder organisierte Gruppen für sich in Anspruch nehmen, Minderheiten zu vertreten oder für die schweigende Mehrheit zu sprechen. Je größer der Einzugsbereich bei den geographisch determinierten Stationen ist, desto schwieriger wird es für die Mitarbeiter\*innen in den Stationen, gemeinsame und evtl. verbindende Themen zu finden. Die Community Radiostationen, die sich über ein bestimmtes Interesse definieren, haben es in diesem Kontext leichter, weil deren Zielgruppen genauer beschrieben und die Inhalte darauf abgestimmt werden können. Die Herausforderung besteht nun darin, den wenig aussagekräftigen Community-Begriff mit Leben zu füllen, gemeinsam zu definieren, wodurch sich diese Community von anderen unterscheidet, und worin die spezifischen Interessen bestehen.

## Chancen zur Demokratisierung durch Community Radios

Das Radio bietet durch die charakteristischen Merkmale der Schriftlosigkeit, der ubiquitären, durch geringe Kosten für Produktions- und Empfangstechnik ermöglichten Empfangbarkeit, als alltagsbegleitendes Medium auch bisher benachteiligten Bürger\*innen mehrere Optionen, politisch zu partizipieren (4). Dies beginnt mit dem Zugang zu Informationen als einer Grundvoraussetzung für politische Partizipation. Das Radioprogramm soll alle Mitglieder der Community ansprechen und ihnen die Möglichkeit eröffnen, gut informiert Entscheidungen zu treffen.

Die relativ einfache Produktion von Radiobeiträgen bietet auf der nächsten Stufe interessierten Menschen eine Gelegenheit zum Erwerb von Medienkompetenzen. Gemeint sind die Fähigkeiten, Medienprodukte qualitativ beurteilen sowie selber Beiträge gestalten zu können und gleichzeitig die Botschaften anderer kritisch zu hinterfragen (5). Call-ins oder Diskussionen im Studio eröffnen auch für Analphabet\*innen Chancen, sich über das Medium Radio an politischen und gesellschaftlichen Diskussions- und Entscheidungsprozessen zu beteiligen. Es entstehen Möglichkeiten zur Emanzipation und zur Bildung von sozialer, kultureller und politischer Identität (6). Über die soziale Funktion des Radios entsteht im besten Fall das Bewusstsein, dass die Mitglieder der Community mit ihren Problemen nicht allein sind.

Für diese soziale Teilhabe, nicht nur an politisch relevanten Ereignissen, sondern auch an ganz alltäglichen Gegebenheiten, eignet sich das Radio insbesondere in ruralen Gegenden, wo Zeitungen, Internet und Fernsehen weniger bis gar nicht verfügbar sind.

Die preiswerte Produktions- und Empfangstechnik ermöglicht diese Empowerment-Strategie sowie das Entstehen von Bottom-up-Initiativen, wie Community Radios es sein sollten (7). Mit Blick auf die politische Partizipation ist wichtig, dass es auch zu einem Informationsaustausch über die Community hinauskommt. Dies gilt insbesondere, aber nicht ausschließlich, für die Interessen-Communities, die auch die Ansichten anderer Interessengruppen wahrnehmen und sich mit diesen auseinandersetzen sollten. Idealerweise nutzen die Mitarbeiter\*innen in den Stationen das Programm, um herkömmliche kulturelle und politische Räume zu überschreiten (8). Gerade das Überraschungsmoment im Live-Charakter des Radioprogramms wird in diesem Zusammenhang als wichtig erachtet. Auf diese Weise können Hörer\*innen zufällig auf Themen aufmerksam werden, von denen sie bislang noch nichts wussten, sowie auf andere Ansichten zu bekannten Themen stoßen. Im besten Falle bilden sie sich so eine differenziertere Meinung.

Community Radios sollen auch bisher vernachlässigten Interessengruppen einen Zugang zum Medium ermöglichen, sie damit am Informationsaustausch beteiligen. Im Sinne des gemeinsamen Aushandelns wird hier das Agieren in einer lokalen Arena (9) als Vorteil erachtet, weil sich die Engagierten nicht so leicht entziehen können wie dies in Internet-Communities möglich ist. In der direkten Auseinandersetzung ist aufgrund der fehlenden Anonymität auch weniger mit den im Internet üblich gewordenen »Shit-Storms« zu rechnen. Dagegen sind die Auswirkungen medial inszenierter, erfolgreicher Kampagnen für die Mitglieder der Community vor Ort zu beabsichtigen. Entscheidend für die gewünschte Wirkung ist jedoch, dass es tatsächlich zum Austausch von Ansichten und Lösungsvorschlägen kommt. Die Community Radiostationen lassen nicht nur unterschiedliche Partizipationsmöglichkeiten zu, die Akteur\*innen setzen je nach Interesse auch unterschiedliche Schwerpunkte.

### ***Erwerb von Schlüsselkompetenzen***

Der Wandel von Industriegesellschaften in Dienstleistungs- und Wissensgesellschaften hat zu einem Bedeutungszuwachs für soziale und organisatorische Kompetenzen geführt. Gemeint sind damit rhetorische Fertigkeiten, Fähigkeiten zur Vermittlung in Konfliktfällen, Ergebnis bringende Moderation in Gruppen, Projektorganisation sowie Verantwortungsübernahme für sich und andere (10). Damit sind Fertigkeiten angesprochen, die alle im Redaktionsalltag einer Community Radiostation erlernt werden können, die als informelle Lernprozesse bezeichnet werden und somit auch einen ergänzenden Beitrag zum Erwerb beruflicher Schlüsselqualifikationen darstellen.

Mit Blick auf eine Vermittlung in Konfliktfällen sowie eine zielorientierte Moderation in Gruppen zeigt sich, dass hier das Potential in den untersuchten Stationen noch nicht ausgeschöpft wird. Der Vorteil der Anwesenheit vor Ort wird kaum ausgespielt, denn die Akteur\*innen ziehen sich bei Unstimmigkeiten eher aus dem CR zurück.

Dabei sind diese Aushandlungsprozesse auch im Sinne des zivilgesellschaftlichen Engagements so wichtig. Abweichende Meinungen scheinen jedoch vor allem als Problem und weniger als Bereicherung angesehen zu werden. Die Chancen, die in einer Auseinandersetzung gerade mit Blick auf die Entwicklung neuer Ideen stecken können, werden – so der Eindruck – (noch) nicht als solche wahrgenommen.

Verantwortungsübernahme für sich und andere ist ein zentrales Element der partizipativen Medienarbeit. Das Konzept Community Radio bietet ein breites Spektrum an Möglichkeiten, sich mit demokratisierender Wirkung innerhalb und außerhalb der Station zu engagieren. Die Radiomacher\*innen stoßen hier jedoch sowohl an ihre eigenen Grenzen wie auch aufgrund der Rahmenbedingungen an die des Community Radiokonzepts.

### Grenzen des Community Radiokonzepts

Die erfolgreiche Umsetzung des Community Radiokonzepts wird vor allem durch die ökonomischen Rahmenbedingungen beeinflusst. Die fast ausschließliche Finanzierung durch Werbung durchkreuzt vielerorts die konzeptionell vorgesehene, inhaltliche Schwerpunktsetzung. Ebenfalls aus finanziellen Gründen kann die vor-Ort-Recherche kaum durchgeführt werden, weil die Transportmittel fehlen. Damit können die Stationen der Forderung nach community-spezifischen Themen kaum nachkommen.

Community Radios sollen sich für marginalisierte Gruppen einsetzen und kämpfen gleichzeitig gegen die eigene Marginalisierung an. Nach anfänglicher Euphorie über den freien Zugang ist dieser Medientyp in Südafrika nun im Alltag angekommen und hat an Aufmerksamkeit eingebüßt. In den Augen mancher Mitarbeiter\*innen wird ihr Engagement in den Stationen jedenfalls zu wenig wahrgenommen und anerkannt. Das Konzept sieht ein freiwilliges, unentgeltliches Engagement vor (11). Es ist in einem von hoher Arbeitslosigkeit gezeichneten Land beachtlich, dass sich – zumindest in den untersuchten Stationen – genügend Mitarbeiter\*innen für einen regelmäßigen Sendebetrieb finden.

Community Radiostationen sollen allen Mitgliedern der Community ermöglichen, sich im Programm und der Organisation zu beteiligen. Dieser Anspruch ist eigentlich nicht einzulösen. Es erscheint als unmöglich, allen Mitgliedern diese Partizipationsmöglichkeiten offenzuhalten. Dies wird umso schwieriger je größer und unübersichtlicher eine Gemeinde ist.

Die untersuchten Stationen sehen sich vor allem als Ausbildungsstätten und wollen ihren Mitarbeiter\*innen Kompetenzen vermitteln, die ihnen bei der Suche nach bezahlter Arbeit nützlich sind. Dagegen ist solange nichts einzuwenden, wie die öffentlichen und privaten Sender die Community Radiostationen nicht als preiswerte Ausbildungsstätten betrachten. Dem Konzept nach sind hier Laien tätig, die nach bestem Wissen und Gewissen einen partizipativ organisierten Sender betreiben. Dies ersetzt keine journalistische Ausbildung. Insofern können – wie dies mancherorts zu hören ist – Community Radiostationen auch nicht die Aufgabe der öffentlichen Sender übernehmen. Sie haben einen anderen Auftrag und eine andere Funktion. Sie setzen dort an, wo die öffentlichen Sender nicht mehr oder noch nicht hinkommen. Sie erweitern und ergänzen das Pro-

grammspektrum in ihren Ländern, sind Korrektiv, Sensoren für gesellschaftliche Herausforderungen und Entwicklungen, haben Basis- und Graswurzelfunktionen und stellen damit eine fundamentale Voraussetzung für die Herausbildung demokratischer Strukturen und Handlungsweisen nicht nur in der südafrikanischen Gesellschaft dar.

## Anmerkungen

---

- (1) vgl. WSIS 2003: 15
- (2) vgl. Girard 2007, 4
- (3) vgl. Mai 2012: 25 ff
- (4) Häusermann 1998, Kleinsteuber 2012
- (5) Baacke 1996: 98 f.
- (6) Lindner-Braun 1998, Kleinsteuber 2012, Häusermann 1998
- (7) Kleinsteuber 2012
- (8) vgl. Häusermann 1998, 10
- (9) vgl. Meyer 2001: 20 ff
- (10) Gensicke/Geiss/Picot 2005: 42
- (11) vgl. Broadcasting Act No 4

## Literatur

---

Baacke, Dieter (1996): Medienkompetenz –Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In: Rein, Antje von (Hrsg.): Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Theorie und Praxis der Erwachsenenbildung. Bonn: Deutsches Institut für Erwachsenenbildung, S. 112 - 124.

Gensicke, Thomas/Geiss, Sabine/Picot, Sybille (2005): Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999 – 2004, Ergebnis der repräsentativen Trenderhebung zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und bürgerschaftlichem Engagement. <http://www.dosb.de/fileadmin/fm-dsb/arbeitsfelder/wiss-ges/Dateien/freiwilligen-survey-langfassung.pdf>, zuletzt abgerufen 21. März 2014.

Girard, Bruce (2007): Empowering Radio. good practices in development and operation of community radio: Issues important to its effectiveness. <http://siteresources.worldbank.org/INTCEERD/Resources/WBI5-CountryStudy.pdf>, zuletzt abgerufen am 21. März 2014.

Häusermann, Jürg (1998): Radio. Grundlagen der Medienkommunikation. Tübingen: Niemeyer.

Kleinsteuber, Hans J. (2012): Radio. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Lindner-Braun, Christa (1998): Radioforschung: Konzepte, Instrumente und Ergebnisse aus der Praxis. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Mai, Manfred (2012): Die organisierte Zivilgesellschaft und ihre Verantwortung für die Medien. In: Filipovic´, Alexander; Jäckel, Michal; Schicha, Christian (Hrsg.): Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim/Basel: Beltz Juventa, S. 22-38.

Meyer, Thomas (2001): Mediokratie. Die Kolonialisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

WSIS (World Summit on the Information Society) (2003): Shaping Information Societies for human need. Civil Society Declaration to the World Summit on the Information Society. WSIS Civil Society Plenary Geneva, 8 December 2003. <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/civil-society-declaration.pdf>, zuletzt abgerufen am 24. März 2014.

## Autorin

---

**Dr. Esther Dorn-Fellermann** studierte Politikwissenschaft, Medienwissenschaft und Europäische Kulturwissenschaft an der Friedrich-Wilhelms Universität in Bonn. Dort promovierte sie im Fach Medienwissenschaft zum Thema »Zivilgesellschaftliches Engagement durch Community Radios. Chancen und Grenzen partizipativer Medienarbeit in Südafrika«. Seit 2014 arbeitet sie für die Deutsche Welle. Dort ist sie derzeit unter anderem als Programmmanagerin für die inhaltliche Konzeption des Global Media Forums (<http://www.dw.com/en/gmf-who-we-are/a-36382995>) mitverantwortlich. Darüber hinaus lehrt sie im International Media Studies Masterprogramm der Deutschen Welle Akademie.

## Kontakt

Dr. Esther Dorn-Fellermann  
Conference Program Manager  
DW Media Services GmbH  
Kurt-Schumacher-Str. 3  
53113 Bonn

---

E-Mail: [esther.dorn-fellermann@dw.com](mailto:esther.dorn-fellermann@dw.com)

[www.dw.com/gmf](http://www.dw.com/gmf)

## Redaktion

---

Stiftung Mitarbeit

Redaktion eNewsletter Wegweiser Bürgergesellschaft

Eva-Maria Antz, Ulrich Rüttgers

Ellerstr. 67

53119 Bonn

E-Mail: [newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de](mailto:newsletter@wegweiser-buergergesellschaft.de)