

Daniela Fürst · Barbara Huber · Michael Kraft
Juliane Nagiller · Pamela Neuwirth · Jessica Türk
Alexander Vojvoda · Andreas Wahl

HÖRER/INNEN- UND QUALITÄTSSTUDIE ZUR STRATEGISCHEN PROGRAMMENTWICKLUNG IM NICHTKOMMERZIELLEN RUNDFUNK

FREIER RUNDFUNK OBERÖSTERREICH GMBH (HRSG.)

HÖRER/INNEN- UND QUALITÄTSSTUDIE
ZUR STRATEGISCHEN PROGRAMMENTWICKLUNG
IM NICHTKOMMERZIELLEN RUNDfunk

HERAUSGEBER

Freier Rundfunk Oberösterreich GmbH, Linz 2014

AUTOR/INNEN

Fürst, Daniela

Huber, Barbara

Kraft, Michael

Nagiller, Juliane

Neuwirth, Pamela

Türk, Jessica

Vojvoda, Alexander

Wahl, Andreas

Die vorliegende Publikation steht unter einer „Creative Commons (CC)“ Lizenz, die bei Namensnennung der Quelle und Weitergabe unter gleichen Bedingungen die freie Nutzung erlaubt.

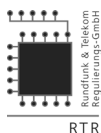


Diese Studie wurde gefördert durch:

RTR-Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Wien

Stadt Linz

Land Oberösterreich



IMPRESSUM

Freier Rundfunk Oberösterreich GmbH

Kirchengasse 4

4040 Linz

Österreich

Satz und Reinzeichnung: Mag. art. Astrid Benzer, Linz

Druck: direkta, Linz

ISBN 978-3-200-03738-0

INHALT

Vorwort	5
STUDIE	9
Wir lernen zu partizipieren! (Alexander Vojvoda)	11
Open Space - Mediale Plattform für alle? (Daniela Fürst und Pamela Neuwirth)	27
1. Studiendesign	27
1.1 Forschungsinteresse	27
1.2 Fragestellungen	28
1.3 Methode: Fokusgruppendifkussion	30
1.4 Vorgehensweise	31
2. Ergebnisse	36
2.1 Anzahl und Struktur der HörerInnenschaft	36
2.2 Mehrsprachigkeit bei Radio FRO 105.0 MHz	39
2.3 Radio FRO als Nachrichten- und Informationsquelle - Alternative zum Mainstream?	42
2.4 Qualitäten, Reichweite und Sendetechnik des Senders Radio FRO 105,0 MHz	48
2.5 Das Cultural Broadcasting Archive von Radio FRO 105,0 MHz	55
2.6 Radio FRO 105,0 MHz als Medien- und/oder Kooperationspartnerin	61
2.7 Angebote außerhalb und innerhalb der Institution Radio FRO 105,0 MHz	63
2.8 Die Angebote von Radio FRO als Ausbildungsradio	67
2.9 Die politische Identität von Radio FRO 105,0 MHz	70
2.10 Sichtbarkeit von Radio FRO 105,0 MHz im Sendegebiet	74
2.11 Programmstruktur - Besonderheiten, Eigenheiten, Unterschiede	81
2.12 Aufgaben und Anforderungen an das FRO-Team	84
3. Resümee	87

EINSICHTEN – BEITRÄGE AUS FREIEN RADIOS	95
Interview mit Ewald Hiebl und Thomas Hellmuth:	
»Das Gefühl einer autonomen Autorenschaft, das ist es, was mich am Radio fasziniert!« (Andreas Wahl)	97
Auf der Suche nach der verlorenen Demokratie (Michael G. Kraft)	121
ANSICHTEN – BLICKE AUF FREIE RADIOS	137
Communities und der politische Begriff des Gemeinsamen (Barbara Huber)	139
Wie kann Radio für junge Frauen attraktiver werden?	
Die Frage ist falsch gestellt! (Jessica Türk)	153
Audiophile (R)evolution? (Juliane Nagiller)	157

SCHÖN, DASS SIE REINSCHAUN!

Es gibt hier bei FRO eine grundsätzliche Überlegung, die wir uns immer wieder ins Gedächtnis rufen: Summa summarum ist es sehr viel Lebenszeit, die wir (Programmmacher*innen und Teammitglieder) in dieses Radio investieren. Da, so unsere Überlegung, muss schon etwas »Gscheites« herauskommen! Sonst lohnt der Aufwand nämlich nicht und wir sollten in dieser Zeit besser Karotten pflanzen, Songs schreiben oder einfach mit den Zehen wackeln. Aber, was ist »gscheit«? Das ist die Frage die – natürlich sehr verkürzt – dieser Studie zugrunde liegt.

Gescheit ist, so unser gedanklicher Ausgangspunkt, was sich die Leute, von denen wir gerne hätten, dass sie Radio FRO als Hörende und Sendungsmachende (stärker) nutzen, wünschen. Was brauchen sie, damit sie unser Radio (noch lieber) hören und hier Sendungen gestalten? »Was fehlt?«, war dann auch eine der zugrunde liegenden Fragen, der wir mit den Teilnehmer*innen von fünf Fokusgruppen nachgegangen sind. Diese Befragungen fanden von Frühjahr bis Herbst 2013 statt und versammelten Expert*innen aus den Bereichen:

- . Kunst
- . Zivilgesellschaft / Bürger*inneninitiativen
- . Wissensproduktion und Wissensvermittlung
- . Migration / Mehrsprachigkeit
- . Junge Frauen / Feminismus

Daniela Fürst und Pamela Neuwirth erstellten (unterstützt von Alexander Vojvoda) den Gesprächsleitfaden für diese Fokusgruppen und werteten die Diskussionen anschließend anhand von zwölf dafür entwickelten Kategorien aus. Die Ergebnisse und daraus abgeleiteten Empfehlungen lesen Sie im Forschungsbericht.

Aber zurück zu dem, was fehlt. Das ist natürlich ein defizitorientierter Ansatz. Da gibt es wohl wenig herumzudeuteln. Doch das war – um hier auch ein wenig persönlich zu werden – eine ganz und gar erquickliche Sache. Sie müssen wissen, dass Freie Radios unter Rechtfertigungsdruck stehen. Das ist auch richtig und gut so, sind es doch zum größten Teil öffentliche Gelder, aus denen wir unse-

re Arbeit finanzieren. Und die Öffentlichkeit hat das Recht zu erfahren, was mit diesen Geldern geschieht, und darauf, dass die widmungsgerechte Verwendung immer wieder kontrolliert wird. Für uns heißt das aber, unsere Leistungen wieder und wieder darstellen und erklären zu müssen. Da kippt man leicht ins Schönfärberische und Propagandistische. Viel lieber würden wir aber nicht immer sagen, wie toll und notwendig unsere Arbeit ist, sondern darüber reden, wo es zwicket und wo wir mit unserer eigenen Arbeit und ihrer Wirkung unzufrieden sind. Das ist unserer Ansicht nach eine wesentliche Vorbedingung, um diese Arbeit zu verbessern und der Öffentlichkeit etwas (noch) »Gscheiteres« zurückzugeben. Gute Arbeit für gutes Geld eben.

In dieser Studie wollten wir nun Tacheles reden, die Finger auf die Wunden legen, Unangenehmes ansprechen und Defizite zu Tage fördern. Darum habe ich auch allen, die ergänzende Aufsätze zum Forschungsbericht beigesteuert haben, gebeten, schonungslos mit den Freien Radios ins Gericht zu gehen. Uns hat interessiert, was aus Sicht der Schreibenden falsch läuft bei den Freien.

Zu unserer Überraschung (und Freude) ist aber unser Blick auf das Radio sehr viel kritischer als der Blick von außen. So ist es wohl bezeichnend, dass diejenigen Autorinnen, wie etwa Juliane Nagiller und Jessika Türk, die Freien Radios sehr nahestehen, einen viel kritischeren Blick auf die Freien Radios werfen als Menschen, die sich im weiteren Umfeld bewegen. Nagiller beschäftigt sich mit der (kommunal)politischen Relevanz Freier Radios am Beispiel von FREIRAD in Innsbruck. Türk geht der Frage nach, weshalb so wenige junge Frauen Sendungsmacherinnen bei Freien Radios sind. Einen sehr guten Einblick in die Denkweise Freier Radios bietet der Beitrag von Barbara Huber. Dieser befasst sich mit den Widersprüchlichkeiten des Communitybegriffs in der freien Radioarbeit.

Einen zwar nicht fremden, aber doch etwas distanzierteren Blick auf Schaffen und Funktion Freier Radios werfen die beiden Historiker Thomas Hellmuth und Ewald Hiebl in einem Doppelinterview, das ich mit ihnen geführt habe. Michael Kraft thematisiert die Sehnsucht nach der (verlorenen?) Demokratie, wie diese erreicht werden kann und welche Rolle hier Freie Radios einnehmen könnten. Alexander Vojvoda schließlich stellt die vorliegende Studie in den Forschungskontext. Dies ist mehr als eine akademische Pflichtübung, stellt Vojvoda doch auch dar, auf welches »ideengeschichtliche« Fundament wir diese Studie gestellt

haben. Denn bei allem reflektierten Bemühen ist natürlich auch diese Studie eine Tochter der Zeit.

Das Ziel dieser Studie ist aber ein sehr praxisnahes. Wir möchten die Barrieren im Programmzugang und in den Partizipationsmöglichkeiten identifizieren, die Bekanntheit und »Brauchbarkeit« der unterschiedlichen Angebote hinterfragen und eventuelle Alternativen und Lösungswege finden. Alles um (auch) in Zukunft etwas »Gscheites« in die Welt zu bringen.

Mag. Andreas Wahl
Linz, im August 2014

STUDIE.

WIR LERNEN ZU PARTIZIPIEREN!

von Alexander Vojvoda

Auf der zweiten CMFE¹ Konferenz, die von 4. bis 6. Oktober 2013 in Brno/CZ stattfand, wurden die Ergebnisse des *CMFE Mapping and Ranking Projects*, das seit dem Jahr 2012 Daten zu nicht-kommerziellen Medienprojekten in Europa sammelt, präsentiert. Die Arbeitsgruppe versandte im Jahr 2013 Fragebögen an europäische Medien- und Regulierungsbehörden, um vergleichbare Daten zur aktuellen Situation und Entwicklung nichtkommerzieller Radio- und TV Projekte in Europa zu sammeln.

Die CMFE Arbeitsgruppe kontaktierte 49 Regulierungsinstitutionen in Europa und die Auswertung für dieses Ranking basiert auf insgesamt 39 retournierten Fragebögen, von denen 10 angaben, dass in ihren Ländern kein Community Radio- oder Fernsehsektor existiere – dies gilt vor allem für Südosteuropa. Die einzelnen Länder wurden nach Verbreitung von Community Medien, Nachvollziehbarkeit und Transparenz von Regulierungsprozessen, finanzieller Förderung von Community Medien von staatlicher Seite, technischer Unterstützung und allgemeinen Entwicklungspotentialen des Sektors befragt und die Antworten auf einer Skala von 1 bis 10 bewertet. Österreich belegt mit einem Gesamtscore von 6,4 von möglichen 10 Punkten hinter Norwegen (7,1), Dänemark (7,0) und den Niederlanden (6,9) den vierten Gesamtplatz in der Liste.

Dieses Ergebnis lässt aufgrund der doch noch jungen (legalen) Geschichte der österreichischen Freien Radio- und TV-Bewegung ein positives Resümee ziehen, da man europäische Länder wie Frankreich mit einem starken dritten Sektor hinter sich lassen konnte. Bei näherer Betrachtung der Ergebnisse muss aber

1 CMFE steht für *Community Media Forum Europe*. Das CMFE versteht sich als Interessensvertretung und Expert_innenorganisation auf europäischer Ebene im nicht-kommerziellen Mediensektor und wurde 2004 mit der Idee gegründet die »Partizipation des 'Dritten Medien Sektors' in europäischen Diskussionen und Entscheidungsprozessen zu stärken«. Nähere Infos unter www.cmfe.eu

beachtet werden, dass der Radio- und TV Bereich in dieser Auswertung gemeinsam ausgegeben werden, und würde man nur den Radiobereich betrachten, Österreich gemeinsam mit Irland mit 6,4 auf den sechsten Platz zurückfällt. Hier könnte man noch weiter auf die Interpretation der Ergebnisse eingehen, aber was sagen uns nun diese Zahlenspiele über die Situation der Freien Radios in Österreich und in Europa?

Das *CMFE Mapping and Ranking Project* stellt zunächst einen ersten Versuch dar, vergleichbare Daten auf europäischer Ebene zum Freien Radio und TV-Sektor zu generieren und stellt die unterschiedlichen rechtlichen und finanziellen Rahmenbedingungen von Freien Radios und TVs in Europa in einen vergleichbaren Kontext. Die Ergebnisse zeigen vor allem die Relevanz des nichtkommerziellen Mediensektors in Europa (mit über 2.200 Radiostationen und 530 TV Sendern) und dass der Dritte Mediensektor in Österreich, trotz seiner jungen Geschichte, im Vergleich zu anderen europäischen Staaten solide finanzielle und rechtliche Rahmenbedingungen vorfindet.

Der 2009 eingerichtete *Fonds zur Förderung des nichtkommerziellen Rundfunks* hat eine (quasi-)rechtliche Anerkennung des Dritten Mediensektors in Österreich zur Folge und stellt eine Absicherung des Betriebs der Freien Radios in Österreich dar. Durch diese geänderten Rahmenbedingungen stieg das Interesse, sich wissenschaftlich mit der österreichischen Freien Medienlandschaft intensiver auseinanderzusetzen. In diesem Zusammenhang initiierte Radio FRO 105.0 MHz als erstes österreichisches Freies Radio (in Zusammenarbeit mit weiteren fünf Freien Radios und TV Stationen in OÖ) eine Studie zur Analyse der Rezeption der Radio- sowie TV-Programme. Zudem sollten weitere mögliche Potentiale in der Programmgestaltung erhoben werden². Die Ergebnisse der Studie lassen erhebliches Potential für die weitere Arbeit der oberösterreichischen Freien Radios erahnen: Die Studie konnte umfangreiche Schnittflächen zwischen Programminhalten und den Themen in verschiedenen Bevölkerungsgruppen aufzeigen, die erhebliches Potential für die weitere Arbeit der oberösterreichischen Freien Radios erahnen lassen. Darüber hinaus füllen Freie Medien eine

2 Mörth, Gusenbauer, Vojvoda, Tremetzberger (2011) Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich

Lücke, die von anderen Medien brach gelassen wird: Sie berichten zu lokalen und regionalen Themen, die in kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medien nicht vorkommen.

Darüber hinaus stellt die Studie »Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich« erstmals die Rezipient_innen Freier Medien in den Mittelpunkt und formuliert erste Fragen zur Entwicklung des Programms in Freien Medienprojekten. Die nun vorliegende Studie ist daher ein weiterer logischer Schritt, sich nach einer quantitativen Auseinandersetzung mit dem Programm und den Hörer_innen dem Bereich der strategischen Programmentwicklung auf einer qualitativen Ebene zu nähern, um die bisher gewonnenen Daten zu bestätigen bzw. zu überprüfen.

Ziel dieser Studie war es, die Ergebnisse des CMFE Mapping und Ranking Projects und der Studie »Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich« mit qualitativen Daten zu ergänzen, um zu überprüfen, wie die attestierten guten finanziellen und rechtlichen Rahmenbedingungen genutzt werden. Zudem sollen sie neue Diskussionen und Inputs für die Entwicklung des Dritten Mediensektors liefern, auch um den gesellschaftlichen und medienpolitischen Impact der programmatischen Inhalte Freier Medien bewerten zu können.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Freien Radios, wie zum Beispiel das CMFE Mapping oder die Studie »Der Dritte Mediensektor in OÖ«, rückt immer stärker das Programm als greifbaren Output von Freien Medien in den Mittelpunkt der Analyse. Ein Nachteil dieser Herangehensweise ist, dass die relevanten am Sender beteiligten Communities, Redakteur_innen und Mitarbeiter_innen nicht in die Studie eingebunden sind. Darüber hinaus vernachlässigen Studiendesigns, die zumeist eine medienökonomische Perspektive auf Freie Radios anwenden, wesentliche Merkmale in ihrer Analyse: Community Medien unterscheiden sich durch ein dynamisches, nichtkommerzielles und partizipatives Medienumfeld von kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medien.

Daher sollte sich die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit partizipativen Medienprojekten an alle betroffenen Gruppen wenden und sie in Konzeption, Erhebung, Interpretation und Evaluierung der erhobenen Daten einbinden. Vor

allem auch deshalb, weil auf europäischer und internationaler Ebene die Relevanz von Community Medien in Bezug auf Medienbildung, sozialen und gesellschaftlichen Zusammenhalt, Medienpluralismus, Teilhabe an demokratischen Prozessen und Mitsprache von in Mainstreammedien unterrepräsentierten Personen und Gruppen unterstrichen wird.

Die Erforschung des Programms Freier Radios ist im Zusammenhang mit demokratischer Teilhabe an Medienproduktionsprozessen in einer Gesellschaft und mit der Möglichkeit, die Angebote von Freien Radios auch sinnvoll für verschiedene Gruppen und Einzelpersonen nutzbar zu machen, zu verstehen. Diese Partizipationsmöglichkeiten wirken sich unmittelbar auf das Programm, aber auch auf andere Tätigkeitsfelder von Freien Medien aus und formulieren die Möglichkeiten dieses gestaltbaren Raums, z.B. das Radioprogramm im offenen Zugang, Trainingsangebote oder Kooperationen mit verschiedenen Institutionen, Einzelpersonen und Communities.

Daher kann das Programm von Freien Radios - die unterschiedlichen Interessen, Themen und Zugänge der Produzent_innen, Hörer_innen und Mitarbeiter_innen - Aufschluss über lokale, soziale und kulturelle Relevanz von Freien Medienprojekten geben. Andererseits zeigen diese auch Barrieren zu und Unzufriedenheiten mit kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medien auf.

Partizipation als zentrales Moment für das Programm Freier Radios

Freie Radios stellen die Teilhabe von Bürger_innen am Medienproduktionsprozess in das Zentrum ihrer Tätigkeit und ermöglichen durch ihren offenen Zugang, Medien selbst zu produzieren und zu gestalten. Dabei werden Mechanismen und Funktionsweisen von Medien erfahrbar, nachvollziehbar und für jeden fassbar.

Dieses Grundverständnis von partizipativer Teilhabe an der Programmgestaltung Freier Medien lässt sich auf Bertolt Brechts *Radiotheorie* zurückverfolgen, in der von einer Umwandlung des Radios von einem Distributionsapparat zu einem Kommunikationsapparat gesprochen wird. Die Rezipient_innen werden durch die Auflösung der Sender_innen-/Empfänger_innen-Rollen aus der Passivität

des reinen Konsumierens von Informationen befreit und sollen zu einem aktiven Teil des Programms gemacht werden, sollen die präsentierten (rezipierten) Informationen analysieren, bewerten und als Produzent_innen auf das Programm einwirken.³ 1970 greift Hans M. Enzensberger mit dem *Medienbaukasten* die Ideen von Brecht auf, entwickelt diese weiter und spricht von repressivem und emanzipatorischem Mediengebrauch. In seiner Interpretation geht Enzensberger davon aus, dass es kein nicht manipuliertes Senden gibt.

»Die Frage ist daher nicht, ob die Medien manipuliert werden oder nicht, sondern wer sie manipuliert. Ein revolutionärer Entwurf muss nicht die Manipulateure zum Verschwinden bringen; er hat im Gegenteil einen jeden zum Manipulateur zu machen«⁴.

Die Fähigkeit, Medien selbst zu gestalten und dadurch am Medienproduktionsprozess teilzuhaben, ist für Enzensberger das entscheidende Detail und diese Fähigkeit zeichnet für ihn auch die Grundlage für den emanzipatorischen Mediengebrauch⁵ aus. Dabei löst sich Enzensberger von der Diskussion, wie man als Empfänger_in auf die produzierten Informationen/Sender_innen einwirken kann, sondern fordert, selbst Sender_in zu werden.⁶ Dieses Konzept wurde von den Freien Radiobewegungen aufgenommen und stellt gemeinsam mit den Forderungen nach gleichberechtigtem Zugang zu Medien sowie kollaborativen, lokalen und partizipatorischen Eigentümer_innen- und Produktionsstrukturen die Grundlage für die Entwicklung des Dritten Mediensektors dar.

3 Brecht (1975) Gesammelte Werke, Band 20

4 Enzensberger (1997) Baukasten zu einer Theorie der Medien In: Glotz (1997), S. 106

5 Der emanzipatorische Mediengebrauch nach Enzensberger geht von folgenden, im Kontext Freier Radios relevanten Kategorien aus: ein dezentralisiertes und kollektiv produziertes Programm; jede/r Empfänger_in ist potentielle/r Sender_in; hohe Interaktion der Teilnehmer_innen und hohe gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation der produzierten Inhalte.

6 Kritische Anmerkungen zu Möglichkeiten der emanzipatorischen Teilhabe an Medien gibt es auch von Jean Baudrillard. Siehe Jean Baudrillard: *Requiem für die Medien*. In Jean Baudrillard (1978): *Kool Killers oder Der Aufstand der Zeichen* S. 83 - 118

Freie Medien als Beitrag zur Medienvielfalt in Europa

Auf europäischer und internationaler Ebene werden die Leistungen von Freien Medien für demokratische Prozesse und Teilhabe von Seiten des Europarats, des europäischen Parlaments der UNESCO in den letzten Jahren immer wieder betont. Die Wichtigkeit von Freien Medien wird vor allem in Bezug auf Media Literacy Aspekte, Medienpädagogik, den Erwerb von Medienkompetenzen, aber auch auf Teilhabe an demokratischen Prozessen, Medienpluralismus, Diversity und Repräsentation von in der Gesellschaft marginalisierten Gruppen gesehen, die sich vor allem in der Produktion von heterogenen Programminhalten und in der Bereitstellung eines unabhängigen Zugangs zu Medien widerspiegeln.

Der Europarat ist überzeugt, dass der Dritte Mediensektor »[...] *which by definition and by their very nature are close to their audiences, serve many societal needs and perform functions that neither commercial nor public service media can meet or undertake fully and adequately*«⁷. Zudem werden Freie Medien als wesentlich für gesellschaftliche Partizipation gesehen: »[...] *given their essential role in guaranteeing free expression of opinions and ideas and in contributing to effective participation in democratic processes by many groups and individuals*«⁸.

Das europäische Parlament sieht die Relevanz des Freien Mediensektors in der Ergänzung der Medienvielfalt und europäischen Medienlandschaft, als Beitrag zu Diversität, Interkulturalität und Toleranz in den Medien und streicht die aktive Einbeziehung von Bürger_innen als Kernleistungen Freier Medien heraus.⁹

Die UNESCO hält in der Maputo Deklaration fest, dass der Dritte Mediensektor speziell förderungswürdig ist und die Mitgliedsstaaten aufgefordert sind, Rahmenbedingungen für die Entwicklung von Freien Medien zu garantieren, da »[...] *access to information are essential to democratic discourse and open and*

7 Council of Europe (2009)

8 Council of Europe (2009)

9 Europäisches Parlament (2007), Europäisches Parlament (2008)

*informed debate, thereby fostering government transparency and accountability, peoples' empowerment, and citizens' participation«*¹⁰.

AMARC¹¹ und CMFE¹² ergänzen noch weitere Leistungen bzw. Aufgaben von Freien Medien: lokale und regionale Verankerung und Vernetzung, Förderung der Meinungsfreiheit, Media Literacy Aspekt und die Autonomie und Selbstorganisation der freien Medienprojekte.

Für Österreich kann hier auf die Charta der Freien Radios verwiesen werden, die sich die Freien Radios in Österreich als Mitglieder des VFRÖ, dem Verband der Freien Radios Österreich, selbst auferlegt haben. Die *Charta der Freien Radios in Österreich* stellt vor allem den offenen Zugang, partizipatorische und emanzipatorische Medienarbeit, unterrepräsentierte Themen, Aus- und Weiterbildung, Aneignung von Medienkompetenzen, Communities und Einzelpersonen in den Mittelpunkt der Sendetätigkeit und bietet damit einen interpretativen Rahmen für die Arbeit von Freien Radios.¹³

So verschieden die gesellschaftlichen Aspekte oder definierten Leistungen von Freien Radios sind, die unterschiedliche Organisationen für relevant halten, so lässt sich dennoch festmachen, dass Freie Medien als realer Ort unverzichtbar für die Vielfalt der zur Verfügung gestellten alternativen und komplementären Information sind. Gleichzeitig sind sie Ausdruck von Unzufriedenheit mit den Angeboten von Mainstreammedien. Freie Medien bedienen diese Unzufriedenheit in verschiedenen Rollen durch unterschiedliche Praktiken und Angebote und zeigen durch die programmatische Vielfalt jene Lücken auf, die kommerzielle bzw. öffentlich-rechtliche Medien nicht füllen können.

So ist in Bezug auf Freie und Mainstreammedien zwischen »*participation* ,in'

10 UNESCO (2008)

11 AMARC bedeutet *Asociación Mundial de Radios Comunitarias/World Association of Community Radio Broadcasters*, www.amarceurope.eu

12 CMFE bedeutet *Community Media Forum Europe*, www.cmfe.eu

13 VFRÖ (2007)

the media and ,through' the media«¹⁴ zu unterscheiden. Nico Carpentier betont in diesem Zusammenhang die Relevanz der Partizipation von »non-professionals in the production of media output [...] and in media decision making processes [...] and allow citizens to be active in one of the many (micro-)spheres relevant to daily life and to put their right to communicate into practice.«¹⁵

Dabei fungiert das Programm nicht nur als Informationsquelle für unterschiedliche Communities und Personen, sondern ist auch gleichzeitig Plattform und das Radio Ort für mediale, soziale und kulturelle Praxis für diese lokalen Communities und Einzelpersonen. So sind Freie Radios nicht nur Informationsbereitsteller, sondern auch zivilgesellschaftliche Akteure innerhalb eines gesellschaftlichen, kulturellen und sozialen Raums.

Von der Community zum Netzwerk

Wie bereits erwähnt, müssen Partizipation und Freie Medien im Zusammenhang mit demokratischen Prozessen gesehen werden, da Medien nicht abgeschottete Organisationen darstellen, sondern das gesellschaftliche Umfeld aktiv mitgestalten und von diesem mitgestaltet werden. Diese Prozesse beinhalten unterschiedliche Akteur_innen, die auf lokale, programmatische und strukturelle Weise miteinander verbunden sind, sich austauschen und miteinander in Interaktion treten.

Es muss von einem diversen und heterogenen Feld ausgegangen werden, in dem diese Akteur_innen um die Mitsprache und Teilhabe an unterschiedlichen gesellschaftspolitischen und demokratischen Prozessen kämpfen. Freie Medien bieten in diesem Zusammenhang eine Möglichkeit, aktiv an der Medienlandschaft teilzuhaben, die ansonsten sehr stark reglementiert und durch unterschiedliche Kriterien, wie z.B. akademische Ausbildung, sprachliche und ethnische Zugehörigkeit, abgegrenzt ist.

Freie Medien bieten hier unter dem Gesichtspunkt einer pluralistischen und de-

14 Caprentier (2007) in Cammaerts (2007), S. 88

15 ebd., S. 88

mokratischen Medienlandschaft Möglichkeiten, diese Barrieren zu überwinden und das Medienfeld selbst zu besetzen und festgefahrene dichotome Rollen von Sender_in und Empfänger_in zu hinterfragen und aufzulösen.

»Positions such as ‚audience member‘ or ‚media professional‘ circulate widely in society, and carry specific – sometimes dominant – meanings that affect the position and power relations of actors in participatory processes.«¹⁶

Die Überwindung dieser Zugangsbarrieren zu Medienproduktionsprozessen, um autonom, eigenverantwortlich und selbstorganisiert Medien zu gestalten und Informationen und Meinungen zu verbreiten, die für die eigene Lebensrealität relevant sind, ist ein entscheidender Schritt in der Konzeption von Freien Medien und spiegelt sich in der Heterogenität und Vielfalt des Programms und der Produzent_innen Freier Radios wider.

Dabei ist der Begriff *Community Medien* das vielleicht am häufigsten verwendete Synonym für Freie Medien im internationalen Kontext und beschreibt die Wiedergabe von relevanten Informationen, die von Repräsentant_innen einer bestimmten Gruppe für genau diese Gruppe gestaltet werden, auch mit dem Ziel, anderen Personen bzw. Nichtinformierten Zugang zu diesen Informationen zu bieten. Die größte Herausforderung, die diese Definition von Freien Radios mit sich bringt, ist die Abgrenzung des Begriffs *Community*.

Communities sind deshalb schwer zu definieren, weil die Zuschreibungen, auf denen sie beruhen, häufig sehr flüchtig sind und sich kontinuierlich verändern. Personen können sich einer, keiner oder aber auch mehreren Community/Communities gleichzeitig zugehörig fühlen. Darüber hinaus bewegt sich der Community Begriff häufig entlang ethnischer bzw. sprachlicher Kategorien und erzeugt wiederum Zuschreibungen und Kategorisierungen, die Fragen von Repräsentanz und »Wer spricht für wen« eröffnen (vgl. dazu auch den Artikel »Communities und der politische Begriff des Gemeinsamen« von Barbara Huber; in dem sie darlegt, dass der Begriff auch für Musikrichtungen udg. Anwendung findet und

16 Carpentier (2011) S. 179

politische Subjekte begründet.).

Darüber hinaus kann das Programm Freier Medien auch als ein »*supplement to mainstream media, or as a counter-hegemonic critique of the mainstream*«¹⁷ gesehen werden, die den unterschiedlichen Gruppen und Communities keine gleichberechtigte Stellung in der Medienlandschaft zuerkennt. Die Möglichkeit, selbst als Medienproduzent_in in Erscheinung zu treten, kritisiert vor allem die Stellung von Mainstreammedien und positioniert Freie Medien in der Rolle eines Gegengewichts, als Alternative und Plattform für unterrepräsentierte Meinungen, Gruppen und Einzelpersonen, die im Mainstream nicht oder nur stereotypisch vorkommen.

Dabei drücken Freie Medien als Alternative zum Mainstream auch politischen, sozialen und kulturellen Widerstand aus, der informiert, mobilisiert und aktiv in (zivil-)gesellschaftliche Prozesse und Aktivitäten in seiner regionalen Umgebung eingreift. In dieser Form können Programminhalte von Freien Medien auch als Komplementärinhalte begriffen werden, als vielfältiges Sprachrohr von zivilgesellschaftlichen Prozessen.

Diese Annahmen verleiten jedoch auch, eine dichotome Sichtweise der Medienlandschaft zu konstruieren und zu verfestigen: »*'alternative media' rests on the assumption that these media are alternative to something, this definition will easily entrap us in binary thinking: mainstream media and their alternative, that is, alternative media. Also, the label 'alternative media' predetermines the type of oppositional thinking that limits the potential of these media to their ability to resist the alienating power of mainstream media*«¹⁸.

Die Aktivitäten Freier Radios und deren Programme bewegen sich nicht in einem abgeschlossenen binären Feld von alternativen Medien auf der einen und Mainstreammedien auf der anderen Seite, sondern interagieren auf unterschiedliche Weise mit verschiedenen anderen gesellschaftlichen Organisationen, Initiativen,

17 Bailey (2008) S. 15

18 Rodriguez (2001), S. 20

Strömungen und Einzelpersonen und können als Teil der Zivilgesellschaft verstanden werden. Im österreichischen Kontext sind Freie Medien wohl sehr stark zivilgesellschaftlich tätig und kooperieren mit anderen zivilgesellschaftlichen Akteur_innen in Form von Programm- oder Projektkooperationen oder bilden längerfristige Allianzen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene. Hier kann als Beispiel auf die Mitarbeit von Radio FRO 105.0 MHz bei der losen Initiative Land der Freien Radios in Oberösterreich, die Mitgliedschaft beim *VFRÖ – Verband der Freien Radios Österreich* auf nationaler Ebene und beim *CMFE – Community Media Forum Europe* auf europäischer Ebene als ein Beispiel für eine vernetzte und dynamische Konstruktion von Freien Medien hingewiesen werden.

Diese Form steht auch für die Dynamik, die zwischen den unterschiedlichen Akteur_innen entsteht. Das Programm Freier Radios spiegelt diese Dynamik wider, da z.B. die ehrenamtliche Tätigkeit der Programmproduzent_innen genauso schnell wieder enden kann, Kooperationen beendet werden oder Personen punktuell an Aus- und Weiterbildungsworkshops teilnehmen, um ihre Medienkompetenzen zu erweitern, und im Programm nicht in Erscheinung treten.

Dabei generieren Freie Radios netzwerkartige Verbindungen und kreieren temporäre oder längerfristige Knoten für die Arbeit von und mit anderen (zivil-)gesellschaftlichen Einheiten, die bis dato nicht in Kontakt miteinander waren oder das Radio als sozialen und realen Ort für ihre Aktivitäten nutzen. Freie Radios sind in ihrer Arbeitsform sehr flüchtig und unangreifbar, aber stellen dennoch einen starken lokalen Bezugspunkt dar, der sich durch Interventionen im öffentlichen Raum exponiert bzw. Anlaufstelle, Produktionsmöglichkeit und gestaltbarer Raum für Personen bedeutet.¹⁹

»We learn to participate by participating and building networks!«

Das Programm Freier Radios spiegelt wohl alle Aspekte dieser Diskussion rund um die Formen von alternativen und nichtkommerziellen Medienprojekten wider.

19 vgl. Santana, M. (2010) für eine Case Study zur rhizomatischen Vernetzung von zwei belgischen Freien Radios anhand einer Programmanalyse

Dies ist wohl auch seine Stärke, da sich sowohl Communitybuilding-Aspekte im Programm wiederfinden, als auch Interaktion und Engagement als alternatives Informationsmedium in einem dynamischen zivilgesellschaftlichen Umfeld, das sich mit Akteur_innen auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene vernetzt, austauscht und kooperiert.

In Anlehnung an David Helds Zitat »We learn to participate by participating!«, der das Erlernen von demokratischer Teilhabe nur durch aktive Beteiligung von Bürger_innen an demokratischen Prozessen erfüllt sieht, lässt sich für die Freien Radios sagen, dass das Programm die partizipativen Potentiale und netzwerkartigen Verbindungen von (zivil-)gesellschaftlichen Personen und Initiativen widerspiegelt. Damit ist das Programm Ausdruck einer partizipativen Praxis, die Teilnehmer_innen aus unterschiedlichen kulturellen, sozialen und lokalen Kontexten vereint, und kann damit als realer Raum dieser Verbindungen und Kollaborationen gesehen werden. Das Programm Freier Radios bildet (im Idealfall) das Partizipationspotential im Einzugsgebiet der Freien Radios ab und kann als Ausdruck der medialen und kommunikativen Bedürfnisse der Rezipient_innen, die auch gleichzeitig Produzent_innen sind, auf kultureller, sozialer und politischer Ebene verstanden werden. Dadurch sind Freie Radios eine wichtige Kategorie für das Erlernen von partizipativen Mechanismen und demokratischer Teilhabe. Die Netzwerke, Verbindungen und Knoten, die dabei gebildet werden, konterkarieren die Sender_in/Empfänger_in Dichotomie von Mainstreammedien und machen Freie Medien als heterogene und diverse Akteure in der Medienlandschaft unabdingbar für eine Gesellschaft, die Medienpluralismus und demokratische Teilhabe von Bürger_innen in der Medienlandschaft als höchstes Ziel sieht.

—> Alexander Vojvoda studierte Soziologie, Philosophie und Politische Kommunikation in Linz und London und ist Medienaktivist, Forscher, Projektmanager und Radiotrainer z.B. für den Europarat, Meta-D.O.N., Radio FRO u.a. Im Moment ist er Vorstandsmitglied von Radio Orange 94.0 und arbeitet und forscht zu Programmentwicklung, Rezipient_innenforschung und strategischer Kommunikation im Bereich Community Medien.

Literatur

AMARC (2007): *Community radio, social impact, assessment, removing barriers, increasing effectiveness*

BAILEY, O.G. (2008): *Understanding alternative media*. Open University Press

BAUDRILLARD, JEAN (1978): *Requiem für die Medien*. In: Jean Baudrillard (1978): *Kool Killers oder Der Aufstand der Zeichen*. Merve, Berlin S. 83ff

BRECHT, BERTOLT (1975): *Gesammelte Werke Band 20*. Suhrkamp Verlag, Frankfurt

BUCKLEY, S. (2008): *Broadcasting, Voice and Accountability - A Public Interest Approach to Policy, Law, and Regulation*

CAMMAERTS, B. (2007): *Reclaiming the media: Communication rights and democratic media roles*. Intellect Ltd.

CARPENTIER, N. (2011): *Media and participation: A site of ideological-democratic struggle*. Intellect L & DEFAE.

CEMCA (2013): *Self-Assessment Toolkit for Community Radio Stations and Practitioners*. New Delhi

http://www.col.org/PublicationDocuments/Self-AssessTK_CommRadio.pdf

COUNCIL OF EUROPE (2004): *Report on Transnational media concentrations in Europe*. Strasbourg.

<http://www.incd.net/docs/transnationalmedia.pdf>

COUNCIL OF EUROPE (2007): *Recommendation Rec (2007) 2 of the Committee of Ministers to member states on media pluralism and diversity of media content*. Strasbourg.

<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089699>

COUNCIL OF EUROPE (2009): *Declaration of the Committee of Ministers on the role of communi-*

ty media in promoting social cohesion and intercultural dialogue. Strasbourg
<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1409919>

ENZENSBERGER, HANS MAGNUS (1997): *Baukasten zu einer Theorie der Medien.* In: Glotz, Peter (Hrsg., 1997): *Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit.* München. S 97ff

EUROPÄISCHES PARLAMENT/KEA (2007): *The State of Community Media in the European Union.* Brüssel
http://www.cmfe.eu/docs/1166366638_The%20state%20of%20community%20media.pdf

EUROPÄISCHES PARLAMENT (2008): *Concentration and Pluralism in the media in the European Union.* Brüssel
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P6-TA-2008-0459&language=EN&ring=A6-2008-0263>

HOWLEY, K. (2010): *Understanding Community Media.* Sage Publications.

MÖRTH, I. (2011): *Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich.* 2011.

PEISSL, H. (2010): *Mehrsprachig und Lokal - Nichtkommerzieller Rundfunk und Public Value in Österreich.* Nummer 4. RTR GmbH.

PEISSL, H. (2008): *Community Media in Europa – Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen des dritten Rundfunksektors in 5 Ländern.* Nummer 4. RTR GmbH.

PURKARTHOFFER, J. (2008): *10 Jahre Freies Radio in Österreich - Offener Zugang, Meinungsvielfalt und soziale Kohäsion.* Nummer 4. RTR GmbH.

RODRIGUEZ, C. (2001): *Fissures in the Mediascape - An International Study of Citizens' Media.* Hampton Press

SANTANA, M. (2010): *Mapping the rhizome - Organizational and informational networks of*

two Brussels alternative radio stations. Brüssel

UNESCO (2008): *Maputo Declaration: Fostering Freedom of Expression, Access to Information and Empowerment of People.* Maputo

http://portal.unesco.org/ci/en/files/26736/12117980913Maputo_Declaration_-_Engl.pdf/Maputo%2BDeclaration%2B-%2BEngl.pdf

UNESCO (2011): *Community Media: a good practice handbook.* Paris

<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002150/215097e.pdf>

VFRÖ – VERBAND FREIER RADIOS ÖSTERREICH (2007): *Charta der Freien Radios Österreich.* Dornbirn

http://www.freie-radios.at/article.php?ordner_id=27&id=194

OPEN SPACE - MEDIALE PLATTFORM FÜR ALLE?

GestalterInnen und HörerInnen sprechen über Struktur und Programm von Radio FRO: seine Attraktivität, Möglichkeiten und Potentiale.

Von Daniela Fürst und Pamela Neuwirth

1. STUDIENDESIGN

1.1 FORSCHUNGSINTERESSE

Seit 1998 besitzt der Freie Rundfunk OÖ eine Lokalfrequenz mit einer potentiellen Reichweite von etwa 440.000 Hörenden. Wie alle anderen Freien Radiostationen in Österreich hat sich Radio FRO 105,0 MHz Grundsätzen verschrieben: offener Zugang für alle jene, die eine Radiosendung gestalten wollen; Förderung der Meinungsfreiheit und Medienvielfalt; politische Teilhabe und gesellschaftliche Integration jener gesellschaftlichen Gruppen, die in den Mainstream-Medien nicht oder falsch repräsentiert sind; Widerspiegelung der gesellschaftlichen, kulturellen und sprachlichen Vielfalt; innovative Projekte und Regionalentwicklung; Nicht-Kommerzialität und frei von Werbung und Public Service durch aktive Vermittlung von Medienkompetenz und Demokratisierung der Medien.

In den vergangenen 15 Jahren Radiobetrieb hat sich bei Radio FRO gezeigt, dass einige dieser Grundsätze verstärkt das Tagesgeschehen des organisatorischen und administrativen Apparates von Radio FRO beanspruchen und beeinflussen. Der Grundsatz des offenen Zugangs bestimmt nach wie vor Art, Inhalt und Vielfalt des Radioprogramms. Die Herausforderung besteht darin sicherzustellen, dass die laufende Programmstruktur, zusammen mit den Neuanträgen auf Sendezeit, dem Grundsatz der Partizipation und gesellschaftlichen Integration medial nicht- oder falsch repräsentierter gesellschaftlicher Gruppen entspricht. Ebenso jenem der Wi(e)derspiegelung gesellschaftlicher, kultureller und sprachlicher Vielfalt.

Projekte, Veranstaltungen und Veranstaltungskooperationen ermöglichen Radio FRO, die Räumlichkeiten zu verlassen und das Angebot »Radio zu machen«

über das eigene Sendegebiet hinauszutragen. Die unterschiedlichen Aus- und Weiterbildungsangebote statten zukünftige Programmmachende mit den nötigen Fähigkeiten aus, ermöglichen Neugierigen Radioluft zu schnuppern, und bieten zu vergleichsweise geringen Unkostenbeiträgen fundierte Aus- und Weiterbildung in den Bereichen Radiojournalismus und Sendetechnik.

Um also einerseits den bestehenden Grundsätzen der Freien Radios gerecht zu werden und um andererseits an der eigenen Sichtbarkeit, Relevanz und auch Attraktivität zu arbeiten, hat Radio FRO neben dem offenen Zugang zu Sendezeit auch andere Möglichkeiten und Angebote entwickelt, Interessierten eine ihren Interessen und Ressourcen entsprechende Partizipation an dem Medienprojekt zu ermöglichen.

Aber erreichen diese Angebote auch wirklich jene, die damit angesprochen werden sollen? Unterstützen sie Radio FRO in seinen Zielsetzungen tatsächlich und sind sie, im Extremfall, nicht bloß »Ressourcenfresser«? Ziel der Studie »HörerInnen- und Qualitätsstudie zur strategischen Programmentwicklung im nichtkommerziellen Rundfunk« soll also primär sein, die Barrieren im Programmzugang und in den Partizipationsmöglichkeiten zu identifizieren, die Bekanntheit und »Brauchbarkeit« der unterschiedlichen Angebote zu hinterfragen und eventuelle Alternativen und Lösungswege zu finden. Die Ergebnisse sollen in Folge dabei helfen Hindernisse abzubauen, Angebote zu adaptieren und auf die Bedürfnisse der lokalen und regionalen Communities und Personen gezielter einzugehen.

Ausgehend von der Studie »Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich. Eine Reichweiten- und Potentialanalyse Freier Radios & TV-Sender.«, die es Radio FRO 105.0 MHz möglich machte, erste Aussagen über die Rezeption und Potenziale des eigenen Programms zu treffen und auch erste Schritte einzuleiten, sollen nun mit qualitativen Methoden die Lücken der vorwiegend quantitativen Studie ergänzt bzw. bereits gewonnene Ergebnisse verifiziert werden.

1.2 FRAGESTELLUNGEN

Basis für die Entwicklung des Leitfadens bzw. der Fragestellungen für den qua-

litativen Forschungsteil der Studie in Form der Fokusgruppendifkussion waren zum einen bestehende Studien (vor allem die bestehende Studie »Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich. Eine Reichweiten- und Potentialanalyse Freier Radios & TV-Sender«) und Literatur zum Thema. Zum anderen war ein Einblick in die unterschiedlichen Partizipationsebenen, die Radio FRO anbietet, für die Erhebung wesentlich. Partizipation ist die Teilhabe und Beteiligung von Bürger-Innen an politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen. Im Zusammenhang mit Freien Medien konkretisiert sich Partizipation in der Nutzung des offenen Zugangs, um eigene Meinung und Sichtweisen »öffentlich« zu machen. Partizipation fängt aber nicht erst bei der Gestaltung eigener Sendebeiträge an, sondern wesentlich früher, da Freie Medien nicht nur mediale Plattformen sind, sondern auch Vernetzungsstellen, Bildungsstätten, Informations- und Ressourcenpool.

Aus diesen Überlegungen lassen sich in Bezug auf Radio FRO 105,0 MHz unterschiedliche Ebenen der Partizipation ableiten, die sich am Grad der Aktivität bzw. Passivität der Interessierten und der Nähe zu den Räumlichkeiten von Radio FRO unterscheiden lassen. Spezifische Fragestellungen dazu sollen über die Relevanz, Wirkung und Reformbedürftigkeit der einzelnen Partizipationsebenen Aufschluss geben.

EBENE 1: Radio FRO 105,0 MHz im medialen Rezeptionsalltag

Auf welche Art und Weise kommt FRO im Alltag vor? Welchen Stellenwert hat Radio FRO, wenn es um die Gewinnung von Informationen oder um Unterhaltung über das Medium Radio geht? Wie bekannt sind die Besonderheiten der Programmstruktur und die Möglichkeiten, die Radio FRO über das Sendeprogramm hinaus bietet (CBA, Ausbildungsangebot, Veranstaltungen etc.)? Sind womöglich Personen aus dem Bekanntenkreis bereits Sendungsmachende?

EBENE 2: Radio FRO 105,0 MHz außerhalb der Räumlichkeiten (Feste, Kooperationsveranstaltungen, Stammtisch etc.)

Radio FRO 105,0 MHz verlässt auch das Studio, etwa als Kooperationspartner der Ars Electronica, des Crossing Europe Festivals oder des Rothen Krebsen. Helfen solche Veranstaltungen außerhalb des Hauses einerseits FRO bekannter

zu machen und andererseits als Plattform für eigene Aktivitäten oder als möglicher Kooperationspartner attraktiver und in Folge in der Wahrnehmung gewichtiger zu werden? Helfen sie, die Besonderheiten und das Potential eines Freien Mediums zu verdeutlichen?

EBENE 3: Angebote von Radio FRO 105,0 MHz innerhalb des Hauses (Ausbildungsangebot, Verein, Freundeskreis, Teilnahme an einer Sendung etc.)

Bieten die unterschiedlichen Ausbildungsangebote ausreichend Vielfalt? Sind mit der Teilnahme für manche Interessierte finanzielle, inhaltliche oder organisatorische Hürden verbunden, die eine Teilnahme erschweren oder gar unmöglich machen würden? Erreichen die Angebote auch tatsächlich ihre Zielgruppen? Wie offen ist der Verein tatsächlich? Ist es attraktiv den Verein mitzugestalten? Erhöht der Freundeskreis die »emotionale« Bindung an FRO?

EBENE 4: Gelegentliches oder regelmäßiges (Mit-)produzieren von Sendungen bei Radio FRO 105,0 MHz

Ist Radio FRO 105,0 MHz das »richtige« Medium für Interessierte, um ihre speziellen Inhalte, Positionen und Anliegen on Air zu bringen? Oder gibt das Medium mit seiner politischen und gesellschaftlichen Ausrichtung und Positionierung eventuell einen zu starren und einschränkenden Rahmen vor? Erreicht das Radio jene Communities, die erreicht werden wollen? Gibt es mögliche Zugangsbarrieren zum eigenen Sendeplatz? Oder könnte es für manche eine Barriere sein, regelmäßig on Air zu gehen? Und hat Radio FRO 105,0 MHz ausreichend mediale Relevanz innerhalb der oberösterreichischen Medienlandschaft?

1.3 METHODE: FOKUSGRUPPENDISKUSSIONEN

Als Erhebungsmethode wurde das qualitative Gruppendiskussionsverfahren eingesetzt. Der Einsatz dieses Verfahrens begründet sich in der sozialwissenschaftlichen Forschung laut Dreher und Dreher¹ in drei konkreten Schwerpunkten:

1 Dreher Eva, Dreher Michael (1995). Gruppendiskussionsverfahren. In Flick, U. (2012). *Handbuch Qualitative Sozialforschung: Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen*. Weinheim: Beltz, Psychologie-Verl.-Union. 3. Auflage. pp 186 - 188

1. Es ist ein Verfahren zur Meinungs- und Einstellungserhebung, das im Wesentlichen durch die spezifische Gruppenzusammensetzung bestimmt wird.
2. In Bezug auf die Studie von Radio FRO 105,0 MHz rückt zudem die »Betroffenheit« der Diskutierenden in den Vordergrund. Es wird also von einem gemeinsamen Interesse ausgegangen und Gegenstand der Forschung ist die Erfassung der Wahrnehmungswirklichkeit der gesamten Diskussionsgruppe.
3. Dabei liegt die Gültigkeit der Methode des »Diskutierens« darin, dass die gebrachten Argumente der Diskutierenden sinnvoll erfasst und in Folge den, in Bezug auf die Fragestellungen, sinnvollen Kategorien zugeordnet werden.

Die Teilnehmenden der Fokusgruppen wurden von der Projektleitung in enger Absprache mit Radio FRO 105.0 MHz und LIQuA ausgewählt. Bei der Festlegung der Auswahlkriterien und Gruppendefinitionen wurden vor allem Daten aus der Desk Research, Ergebnisse der vorangegangenen Studie »Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich«, die Ergebnisse der quantitativen Erhebung und die Ergebnisse des internen Evaluationsprozesses bei Radio FRO 105.0 MHz herangezogen. Der Schwerpunkt lag dabei auf der Erfassung von Stärken und Schwächen der Programmgestaltung, den Entwicklungspotenzialen und spezifischen Themen, die in Zusammenhang mit der Aktivierung dieser Gruppen stehen (z. B. Motivationen und Bedingungen für eine eigene Sendungsgestaltung). Vor allem sollten aber verwertbare Erkenntnisse für die strategische Programmentwicklung bei Radio FRO 105 MHz identifiziert werden.

1.4 VORGEHENSWEISE

Alle Diskussionsrunden wurden durch einen Leitfaden gestützt. Ziel war, durch entsprechende Fragestellungen innerhalb der Fokusgruppe eine Diskussion zu initiieren, die von den ModeratorInnen hauptsächlich nur gelenkt wurde. Fragestellungen von Seiten der ModeratorInnen dienten hauptsächlich dazu, einerseits die Diskussion lebendig zu halten und vor allem andererseits alle wesentlichen Themen zur Sprache zu bringen.

Die Diskussionsrunden wurden mittels Audiorecorder aufgezeichnet und im

Anschluss transkribiert. Die Auswertung und Analyse der Ergebnisse erfolgte anhand eines Codeplans, der parallel zum Leitfaden entworfen und aufgrund der vorliegenden Ergebnisse entsprechend adaptiert wurde. Im hermeneutischen Prozess wurden die relevanten Dimensionen und Kategorien ausgelegt und interpretiert. Der vorliegende Bericht zeigt die relevanten Ergebnisse und Aussagen in Hinblick auf die Fragestellungen und Forschungsziele auf, untermauert diese mit anonymisierten Zitaten aus den Fokusrunden. Wir - die Autorinnen – haben versucht, allen einzelnen Bereichen auch mögliche Handlungsschritte beizustellen, die allerdings keine Verbindlichkeit haben und sich ausschließlich aus den Diskussionsergebnissen ableiten.

Der Leitfaden

TEIL 1: Persönlicher Bezug zu Radio FRO

- Welchen persönlichen Bezug haben Sie zu Radio FRO (Form, Umfang,...)?
- Wie konsumieren oder partizipieren Sie und warum?

TEIL 2: Freies Radio als Alternative zu den Mainstream-Medien:

- Ist FRO eine Alternative zu den Mainstreammedien?
- Ist FRO als Medium zur Informationsgewinnung attraktiv?
- Ist das CBA bekannt?
- Ist FRO als Alternativmedium sichtbar und erkennbar im öffentlichen Raum?
- Gibt es bei FRO eine politische Positionierung und wenn ja, ist diese förderlich oder hinderlich?

TEIL 3: Freies Radio als Community- und Mitmach-Medium:

- Welche Angebote von FRO sind bekannt? (*Ergänzung der Aufzählung durch die Moderation*)
- Sind diese Angebote anderen bekannt/präsent und interessant?
- Was davon wird genutzt und warum?
- Welche Angebote wären noch spannend oder sind ganz unattraktiv?
- Warum kann oder möchte jemand nicht partizipieren oder kooperieren?
- Was fehlt oder könnte verbessert werden?
- Ist selber Sendungsmachen attraktiv?

- Welches Potential steckt noch in FRO?

TEIL 4: Ergänzungen/Kritik/Mitteilungen von Seiten der Diskutierenden

Dimensionen und Kategorien

Zwölf Kategorien bilden zwei große Dimensionen ab.

- 1) In der Dimension »Radio FRO als Medium und Institution« lassen sich inhaltliche Fragen zu Radio/Stadt, Politik/Information, Partizipationsangebote und Strukturen festmachen: Warum klingt Radio FRO, wie es klingt, und was kann Radio FRO nicht?

Die Dimension »Radio als Medium und Institution« wird durch folgende acht Kategorien erklärt:

- 1) Kategorie: FRO als Nachrichten- und Informationsquelle
 - 2) Kategorie: Sendetechnik/Qualitäten/Reichweite
 - 3) Kategorie: CBA und Archivkultur
 - 4) Kategorie: Programmstruktur (vor allem als eine Querschnittsmaterie zu bewerten)
 - 5) Kategorie: Angebote außerhalb und innerhalb der Institutionen Radio FRO
 - 6) Kategorie: Angebote als Ausbildungsradio
 - 7) Kategorie: Sichtbarkeit von Radio FRO im Sendegebiet
 - 8) Kategorie: Politische Identität von Radio FRO
- 2) Die zweite Dimension »Radio FRO und die beteiligten Menschen« wird durch vier Kategorien erfasst. Diese Kategorien umfassen die Fragen um die Hörerschaft von Radio FRO, die Ausbildungskapazitäten und Medienkooperationen, Fragen zum Team im Haus.
 - 1) Kategorie: Anzahl und Struktur der Hörerschaft
 - 2) Kategorie: Mehrsprachigkeit
 - 3) Radio FRO als Medien- und Kooperationspartner
 - 4) Aufgaben und Anforderungen an das FRO-Team

Hermeneutik

Die sogenannten Dimensionen repräsentieren allgemeine Themenkomplexe eines Forschungsbereichs. So hier grob skizziert: Institution und Menschen. Diese Dimensionen werden durch Kategorien, die sich auf die Dimensionen beziehen, ein erstes Mal genauer typisiert und dadurch in speziellere Aspekte differenziert. Nach den Interviews werden in einem ersten Schritt Codewörter in den auszuwertenden Texten (transkribierte Leitfadeninterviews) gesucht. Diese Codewörter müssen nicht nur indirekt auf die einzelnen Kategorien verweisen, die dann im hermeneutischen Verfahren interpretiert werden können. Die Kategorien, die wir mit den Codes (Signalwörter, die auf die besagten Inhalte der Kategorien referieren) ermitteln, sollen einen Diskurs ermöglichen. Damit verlässt man die faktische Ebene der Kategorien und Dimensionen und sucht nach Mustern und Sinnzusammenhängen, die die Befragten selbst aufgebracht haben. Erst mit der Suche nach diesen Zusammenhängen in den Antworten der Befragten ergeben sich weitere Sinnzusammenhänge, die intersubjektiv nachvollziehbar werden, auch da diese Sinnzusammenhänge erst durch die teilweise neu gebildeten Cluster erschlossen werden.

Im hermeneutischen Auswertungsprozess haben sich folgende Cluster sinnvoll ergeben:

D1KAT1 + D2KAT1 + D2KAT2

FRO als Nachrichten- und Informationsquelle + Anzahl und Struktur der Hörerschaft + Mehrsprachigkeit (Programm)

D1KAT4 + D2KAT4

Programmstruktur + Aufgaben und Anforderungen an das FRO-Team

D2KAT3 + D1KAT5 + D1KAT6

FRO als Medien- und Kooperationspartnerin + Angebote außerhalb und innerhalb der Institution FRO + Angebote als Ausbildungsradio

D1KAT8 + D1KAT7

Politische Identität + Sichtbarkeit im Sendegebiet

D1KAT2 + D1KAT3

Sendetechnik/Qualitäten/Reichweite + CBA

2. ERGEBNISSE

2.1 ANZAHL UND STRUKTUR DER HÖRERINNENSCHAFT

»Ich denk mir grade, es ist vielleicht nicht so wichtig, ob das viele Leute hören, sondern dass man die Möglichkeit hat, was zu machen.«²

Wie viele Menschen hören Radio FRO? Haben HörerInnenzahlen eine Relevanz für die Qualität des Programms? Reicht es, ein »Community-Radio« zu sein? Teilweise wurden diese und ähnliche Fragen bereits durch die Ergebnisse der quantitativen Befragung beantwortet.

»Aber wenn ich mir jetzt überlege, selber eine Sendung zu machen, würde ich mir sofort überlegen, wie viele Leute es sind, für die ich das eigentlich produziere. Wenn ich auf Facebook etwas poste, da weiß ich, ich habe 300 Freunde, davon wird es die Hälfte sehen, fünf werden es vielleicht noch liken und so ist es eben abschätzbar. Es ist eben ein Problem hier keine Zahlen zu haben.«³ Die Frage nach den konkreten Zahlen, wenn es darum geht, wie viele Leute Radio FRO hören, war in allen Fokusrunden Thema. Eine Frage, die aber auch in anderen Kontexten immer wieder an Radio FRO gestellt wird. Hinsichtlich der HörerInnenstruktur (nach Geschlecht, Alter und Bundesland differenziert) und HörerInnenzahlen standen Radio FRO – wie allen anderen Freien Radios in Österreich - nur die allgemeinen Radiotest-Ergebnisse⁴ der Media-Analyse zur Verfügung. Wobei die Freien Radios hier unter dem Punkt »Privat Inland gesamt« subsumiert sind. Eine konkrete Analyse der Metadaten zur Anzahl und Struktur der HörerInnen über diesen Weg würde die finanziellen Möglichkeiten der Freien Radios bei weitem überschreiten. Aus diesem Grund nutzte Radio FRO 2010/2011 die Möglichkeit im Rahmen der Studie »Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich. Eine Reichweiten- und Potenzialanalyse Freier Radios & TV-

2 Fokusgruppe Kunst Zeile 191 f.

3 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 50 ff.

4 Siehe <http://www.media-analyse.at/studienPublicRadio.do?year=12/13&title=Radio>

Download 13.12.2013

Sender.«⁵ und erhob über die quantitative Befragung auch Daten und Zahlen zur Struktur und Demografie der HörerInnenschaft von Radio FRO bzw. auch über die spezifischen Hörgewohnheiten und -motivationen der Befragten.

Die inhaltliche Ausrichtung der Freien Radios beruht aber nicht im herkömmlichen Sinne auf HörerInnenzahlen. Gesellschaftliche Vielfalt im Programm und gesellschaftliche Integration bedeutet lokale und community-bezogene Inhalte, die speziell auf diese Gesellschaftsgruppen und nicht auf eine breitere HörerInnenschaft zugeschnitten sind. Quantitative Qualitätskriterien sind in diesem Sinne per se nicht anwendbar. Dennoch kann das Thema im Kontext der Selbstpräsentationsmöglichkeit von Menschen und Gruppen, die in den Mainstream-Medien kaum, gar nicht oder falsch repräsentiert sind, nicht ausgeklammert werden. Vor allem, weil auch die Intention dahintersteht, diese Menschen und Gruppen sicht- bzw. hörbar zu machen, oder wie es ein Fokusrundenteilnehmer formuliert hat: *»Denn wenn ich einen offenen Kanal anbiete als Substitution für das Fehlen von Repräsentationsmöglichkeiten für bestimmte Communities in den öffentlichen Medien, d.h. ich schaffe hier eine Nische, wo diese Repräsentation möglich ist. Und wenn ich aber da niemand erreiche, dann ist es ja kein Ersatz für die Präsentation in den öffentlichen Medien, sondern nur eine Beschäftigungstherapie.«*⁶

Gleichzeitig bedeutet eine bestimmte ZuhörerInnenbreite aber auch Attraktivität für potentielle Sendungsmachende: *»Ich sage das jetzt ganz offen, wenn mir der ORF so etwas anbieten würde, würde ich sofort Ja sagen. Nicht deswegen, weil ich so ORF-verliebt bin, sondern weil ich dort die Möglichkeit hätte, eine gewisse Anzahl von Menschen zu erreichen. Bei Radio FRO ist es eine Überlegung, zahlt sich das aus? Ob es eben einen Sinn macht, wenn man hier Energie hineinsteuert.«*⁷ Attraktivität muss also auf eine andere Art geschaffen werden.

»Ich bin ganz klar davon überzeugt, dass neben dem Kommerz es auch Abseitsbereiche braucht, die nicht durchkommerzialisiert sind. Da bin ich sogar dage-

5 Siehe <http://fro.at/article.php?id=4098>, Kapitel 5, Download 13.12.2013

6 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 208 ff.

7 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 41 ff.

gen, (...) Ich glaube, es ist wichtig, eben gerade nicht in den Kommerz zu gehen und genau diese Nischen zu suchen und zu sagen ich will mich nicht rein mit Einschaltquoten messen.»⁸ Eine breitere HörerInnenschaft ansprechen zu wollen, kann also nicht die Antwort sein. Dies würde bedeuten, Inhalte und Programmstruktur nach mehrheitsgesellschaftlichen und kommerziellen Kriterien auszurichten. Einerseits widerspricht dies grundlegend der inhaltlichen Ausrichtung der Freien Medien, andererseits müssten Programm und Inhalte stärker vorbestimmt, festgelegt und auf ihre Breitentauglichkeit hin bewertet werden.

Das Fehlen mit anderen Medien vergleichbarer HörerInnenzahlen und die Tatsache, dass der Zugang zu Sendeplätzen und die Inhalte sich danach richten, vor allem jene Bereiche, Menschen und Gruppen zu bevorzugen, die in anderen Medien keine oder kaum Berücksichtigung finden, erscheint für viele Diskutierende zumindest teilweise als Defizit. Hier gilt es das Potential und die Stärken eines solchen Mediums entsprechend darzustellen, diese erfolgreich zu vermitteln und in Folge bei allen Beteiligten auch das dazugehörige Selbstbewusstsein aufzubauen, zu stärken und zu zeigen. Dazu gehört unter anderem, die Bereiche Ausbildung, CBA und Partizipationsmöglichkeiten dahingehend zu nutzen.

8 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 199 ff.

2.2 MEHRSPRACHIGKEIT BEI RADIO FRO 105,0 MHZ

»...in meiner Sendung, da weiß ich, dass ich den Afrikanern, die mir zuhören, wieder ein Lächeln ins Gesicht zaubere.«⁹

Was bedeutet Mehrsprachigkeit im Programm? Wer sind die Produzierenden und wer die ZuhörerInnen? Die Tatsache, dass bei Radio FRO wie bei allen Freien Radios Sendungen in verschiedenen Sprachen on Air gehen, ist ein unverkennbares Alleinstellungsmerkmal. Durch die Rückmeldungen einzelner Sendungsmachender, aber auch Zuhörender, ist bekannt, dass für viele die entsprechende Sendung bei Radio FRO die einzige Informationsquelle ist, die einerseits in ihrer Sprache vermittelt wird, was die Verbreitung und Rezeption erheblich erleichtert, und andererseits lokal bezogene und für die Community relevante Informationen beinhaltet.

Dies hat sich auch in der Fokusrunde Migration wieder bestätigt. *»Ich weiß nicht, wie es bei anderen Sendungen ist, aber in meiner Sendung, da weiß ich, dass ich den Afrikanern, die mir zuhören, wieder ein Lächeln ins Gesicht zaubere. Die können dann wieder lachen. Weil viele, die nicht von hier sind, die fühlen sich heimatlos. Die Informationen, die wir den Leuten in der Sendung geben, die hilft ihnen weiter.«*¹⁰

Allerdings wurde in diesem Zusammenhang kritisiert, dass Radio FRO eben nur eine gewisse Reichweite hat und jene außerhalb des Sendungsgebietes keine Möglichkeit haben, die Sendung terrestrisch zu empfangen. Die Alternative des Nachhörens über das CBA war diesen Diskutierenden offensichtlich zu wenig bekannt, als dass sie diese Möglichkeit nutzen und auch an Interessierte weiterkommunizieren hätten können.

Sprache wird für viele MigrantInnen, vor allem aus der ersten Generation, teilweise noch als Hürde oder Hemmschwelle wahrgenommen. *»Radio ist ja das Übertragen von Stimmen. Und vor allem in der ersten Generation von Migran-*

9 Fokusrunde Migration Zeile 175 ff.

10 Fokusrunde Migration Zeile 174 - 177

ten ist Sprache meist eine Hürde. Beim Fernsehen ist das ein bisschen anders, weil da hast du zwei Elemente, Audio und Video.»¹¹

Als mögliche Lösung dazu wurde in der Fokusrunde über eine Art Konzeptberatung von Seiten Radio FRO gesprochen. Das FRO-Team berät demzufolge potentielle Sendungsmachende dahingehend, was mögliche Inhalte in den Sendungen sein könnten und worauf es FRO dabei ankommt. Zum einen scheint es also ein Problem darzustellen, sich in einem Land, in dem vorrangig unter anderem sprachliche Integration von MigrantInnen gefordert wird, sich in der eigenen Muttersprache einer Öffentlichkeit hörbar zu machen. Zum anderen wird auch die Frage nach möglichen Inhalten gestellt. Welche Informationen kann und darf ich senden? Was kann für die Angehörigen meiner Sprachgruppe überhaupt interessant und relevant sein? Die Ergebnisse der Studie »Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich.« und Erfahrungen aus anderen Freien Radios haben auch gezeigt, dass jene, die eine Sendung in einer anderen Sprache produzieren, meist über einen hohen Bildungsgrad verfügen. Es dürften also vorrangig Menschen sein, die es gewohnt sind sich zu artikulieren. Erreicht man mit diesen Inhalten auch jene aus bildungsferneren Schichten?

Aber auch die zweite Generation erachtet die eigene Muttersprache, hinsichtlich der Verwendung in einer Sendung, als Hindernis. Sie sind bereits zweisprachig aufgewachsen und aufgrund der Umgebung meist gewohnt, sich auf Deutsch auszudrücken. Viele sind der ursprünglichen Muttersprache nicht mehr ganz so mächtig und haben daher ein Problem damit, in dieser Sprache eine Sendung zu gestalten. Fehlerhafte Sprache wird in den jeweiligen Communities oft sehr kritisch aufgenommen, da die eigene Sprache in einem anderen Land ein wichtiges Identitätsmerkmal ist. Um diese Kritik oder sogar Sanktionen zu umgehen, wird es vermieden, sich auf diese Art und Weise zu exponieren.

Die Mehrsprachigkeit wurde aber auch einer kritischen Reflexion unterzogen. Vor allem das Nebeneinander verschiedensprachiger Sendungen, wie es in den Programmen der Freien Radios üblich ist, wurde hinterfragt. Im Rahmen einer kritischen Analyse des mehrsprachigen Aspektes der Freien Radios in der

11 Fokusrunde Migration Zeile 197 - 199

Schweiz, Deutschland und Österreich hinsichtlich der Rahmenbedingungen (vor allem der Zugang von anderssprachigen Minderheiten zu den Freien Radios) im Jahr 2006, wurden dazu konkrete Forderungen formuliert¹². Ein Ziel sollte sein, »Sendungen in anderen Sprachen als Deutsch vermehrt über ihren Inhalt in das Programmschema einzubinden. Dadurch konnten sich die Sendungen in anderen Sprachen als Deutsch bzw. zwei- und mehrsprachigen Sendungen stärker ausdifferenzieren und breitere RezipientInnenkreise ansprechen.«¹³

Zurzeit ist diese Forderung nur bedingt im Programm bei Radio FRO umgesetzt. Da sich aber aus den Fokusgruppen ergeben hat, dass die anderssprachigen Sendungsmachenden durchaus interessiert sind, mehr gehört zu werden, sollte weiterhin daran gearbeitet werden, beispielsweise den reinen »Community-Charakter« der anderssprachigen Sendungen aufzuweichen.

Auch die Mehrsprachigkeit des Informationsmaterials bzw. der Homepage, Zeitung und anderer Präsentationsmaterialien von Radio FRO sollte nicht außer Acht gelassen und stärker standardisiert werden, da gerade der Informationsmangel oft die erste und größte Hürde ist, wenn es um den Zugang zur Selbstpräsentationsmöglichkeit in den Freien Radios geht. *»Aber bei den fremdsprachigen Sendungen fände ich es schon gut, wenn es da ein paar Sätze zu lesen gibt auf der Homepage. Weil das wäre auch ein guter Ansatz, um gleichsprachige Leute anzuziehen oder dass das einfach mehr Präsenz hätte. Und ich kann mir das vorstellen, dass das auch viele nicht wissen, dass es in ihrer Sprache dann und wann eine Sendung gibt.«*¹⁴

12 Siehe <http://www.babelingo.net>

13 Purkarthofer, J.; Pfisterer P: 10 Jahre Freies Radio in Österreich. Schriftenreihe der RTR-GmbH – Band 3/2008, Seite 70

14 Fokusgruppe Frauen Zeile 445 ff.

2.3 RADIO FRO ALS NACHRICHTEN- UND INFORMATIONSMITTEL - ALTERNATIVE ZUM MAINSTREAM?

»... Radio FRO ist fast wie eine Liebeserklärung.«¹⁵

Die Frage der Attraktivität von Radio FRO als Nachrichten- und Informationsquelle spielt auf mehreren Ebenen eine Rolle. Neben dem logischen Wert von Informationen spielt vor allem der Rahmen, der die Information umgibt, eine Rolle. Es spielen Ort, Gebäude und Räumlichkeiten, wie auch seine Geschichte und »der Zeitgeist«, den es transportiert, eine Rolle. Ebenso relevant für Radio FRO als ‚Informationsquelle‘: Radio FRO als nicht-kommerzielles Medium, die rechtlichen Grundlagen, die budgetären Mittel und die Infrastruktur. Das hat nicht nur Einfluss auf Hörgewohnheiten, sondern gestaltet diese auch mit: *»Diese Vorselektion von Inhalten und Meinungen ist bei Radio FRO eben nicht da. Es spielt eigentlich keine Rolle, wie viele Leute das interessiert auf HörerInnenseite. Bei den Kommerziellen ist das ja ein absolutes Knock-out-Kriterium. Wenn es nicht etwas Populäres ist, dann wird es nicht gesendet. Das finde ich eine wichtige Alternative. Es geht eben nicht darum, ein bedeutungsvolles Thema zu lancieren, sondern sich eben zu artikulieren. Das ist das Einstiegs-kriterium. Sachen, die ansonsten im Mainstream vielleicht untergehen würden.«*¹⁶

*»Ich würde vermuten, dass viele gar nicht wissen, dass 105,0 die Frequenz von Radio FRO ist. Das ist mal eine der wichtigsten Informationen, damit ich im Radio diesen Sender überhaupt finde.«*¹⁷ Diskutierende, die Radio FRO kennen, erzählen: *»Wenn du beispielsweise jemanden fragst: ‚Kennst du Radio FRO?‘, dann antworten sie: ‚Was ist das?‘«*¹⁸ Eine Empfehlung lautet: *»Mehr Öffnung fände ich schon gut, wäre nicht Pangea (Anm.: Kulturverein), wer weiß, ob und wann ich vom FRO erfahren hätte? Und jetzt weiß ich zwar auch, wo ihr*

15 Fokusgruppe Migration Zeile 93.

16 Fokusgruppe Kunst Zeile 198 ff.

17 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 416 f.

18 Fokusgruppe Migration Zeile 109 f.

seid, aber ich käme nicht auf die Idee auf Sendung zu gehen oder so.«¹⁹ Radio FRO ist sich dieser »Problematik« bewusst. Einerseits ist sein Bekanntheitsgrad in der Stadt wohl unter anderem seiner Graswurzel-Geschichte geschuldet, andererseits herrscht als werbefreies Radio kein Quotendruck hinsichtlich Hörer-Innenzahlen.

Die Motive, warum Hörerinnen und Hörer Radio FRO einschalten, sind zunächst einmal seinen Qualitäten als Radio abseits des Mainstreams zu verdanken. Das erlaubt eine Fülle an Möglichkeiten und Formaten, die ein Informationsangebot schaffen, das an viele Bezugspunkte der Hörenden anschließt, aber oft auch für einen Überraschungsmoment sorgt: *»Denn es kommt darauf an, was man hört und wann man einschaltet. Es ist nie das Gleiche, man hört ja immer jemand anderen.«*²⁰

Die Hörenden sind mitunter auch selbst Produzierende, was natürlich entsprechend Einfluss auf Art und Umfang der Informationen hat: *»Also ich finde es grundsätzlich schon gut, dass es Radiosender gibt, die frei über bestimmte Themen reden – das finde ich sehr wichtig. Das gehört einfach zur liberalen Stadt dazu. Wo man auch liberal seine Meinung äußern darf.«*²¹

*»Für mich ist es schon eine zusätzliche Informationsquelle.«*²²

*»Ich bin eine Medienkonsumentin, in meiner Arbeit muss ich gut informiert sein. Ich konsumiere sehr viele Medien, ich lese etwa täglich 4-5 Zeitungen. Und es wird eben auch Radio ausgewählt, Radio FRO gehört dazu.«*²³

*»Die Sendungen auf jeden Fall, auch die Zeitung. Es gibt eben bestimmte Diskussionen auf Radio FRO, die ich bevorzuge. Das finde ich nirgendwo anders.«*²⁴

*»Es werden noch Themen aufgegriffen, die in anderen Medien einfach nicht vorkommen.«*²⁵

19 Fokusgruppe Frauen Zeile 413 ff.

20 Fokusgruppe Migration. Zeile 82 ff.

21 Fokusgruppe Frauen. Zeile 69 ff.

22 Fokusgruppe Migration Zeile 80

23 Fokusgruppe Migration Zeile 91 ff.

24 Fokusgruppe Migration Zeile 21 ff.

25 Fokusgruppe Migration Zeile 62 ff.

»Also ich bringe Nachrichten für die Leute da draußen. Nachrichten aus ihrer alten Heimat Afrika, aber auch aus Österreich, damit wir wissen, was los ist. Zum Beispiel, ob es neue Gesetze gibt. Und da spreche ich nicht die ganze Zeit in Deutsch.«²⁶

»Ich schaue schon auf der Homepage im Programm nach und suche bestimmte Sendungen zu Themen, die mich interessieren. Wir verwenden ja auch die Aufnahmen, die ihr von unseren Sachen gemacht habt, wieder bei den Kursen. Speziell im Deutschkurs. Wir holen das aus dem Archiv, zum Beispiel aus der Frozine, um diese Themen zu besprechen.«²⁷

Die nicht-kommerzielle Ausrichtung von Radio FRO erlaubt im Sinne des Informationsaustausches ganz andere Möglichkeiten, die ein öffentlich-rechtlicher Sender bzw. ein Privatrado nicht eröffnet. Wesentlich hierbei ist die aktive Gestaltungsmöglichkeit: *»Ich glaube, die Stärke liegt wirklich eben im Partizipieren, in Gruppen konzentrierten Inhalten, im Zugang und dann schon auch die Themen. Es gibt eben durchaus Themen, wo Radio FRO seine Schwerpunkte hat und eben auch versucht alternativ dazu zu informieren. Es darf aber kein Ziel sein, dass man jetzt wirklich das auch leisten will. Die Ziele sind woanders vielleicht. Also inhaltlich woanders.«²⁸*

»Das zeichnet ja Radio FRO aus, dass man einen niederschweligen Zugang hat und keine Zensur sozusagen.«²⁹

»Es gibt ja eben das Seniorenradio, in letzter Zeit hab ich es ein bisschen gehorcht, das war eben gleich in der Früh und da spielen sie ja, glaub ich, Originalmusik. Ja, ahm, ich glaub schon, dass FRO viele Leute anspricht, deren Themen sonst wohl nicht so oft vorkommen bzw. dass sie das selbst machen können, was sie jetzt im Radio hören wollen – also das ist in jedem Fall eine Alternative. Und dann gibt's ja eben diese Radiosendung für Behinderte.«³⁰

26 Fokusgruppe Migration Zeile 11 ff.

27 Fokusgruppe Migration Zeile 72 ff.

28 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 74 ff.

29 Gruppe Kunst, Zeile 111-112

30 Fokusgruppe Kunst Zeile 88 ff.

Der sogenannte Linz-Bezug oder »Grätzlbezug«, das gesendete Lokalkolorit, das die Hörenden über Radio FRO gewinnen, macht es für viele erst attraktiv: *»Was für mich jetzt schon interessant ist in diesem Zusammenhang, das ist der Linz-Bezug, der Grätzlbezug. Da hat es einen großen Stellenwert, wie viel man es nun hört oder nicht, das ist unwichtig, aber dass es das überhaupt gibt, sprich: dass es einen Gegenpart gibt.«*³¹

*»Ich fand es schön, als ich zum ersten Mal in dieser Radio FRO Zeitung gesehen habe, das mit diesen Fußballklubs oder der Schule. Das hat was Bodenständiges. Und es ist ganz egal, ob das gutes Radio ist oder nicht, sondern dass man mit gesellschaftlichen Organisationen zusammenarbeitet, die für eine bestimmte regionale Verankerung stehen.«*³²

*»Es ist, glaub ich, auch die historische Perspektive wichtig. Dass man den Zeitgeist einfängt in einer Region, die Menschen, die Sprache, die Natur; und dass dies dann in 1-200 Jahren einmal sehr wertvoll sein wird. Für die Historiker und die Soziologie, alles Mögliche.«*³³

Auf die Frage, ob Radio FRO als Nachrichten- und Informationsquelle geschätzt wird, kommt einmal die Qualitätsfrage an sich zur Sprache, aber auch der naheliegende Vergleich mit Qualitätsmedien (wie Ö1). Die Sinnhaftigkeit eines solchen Vergleiches wird aber auch durchaus kritisch betrachtet: *»Mir ist eben nicht ganz klar, ob Radio FRO irgendwelche Ziele hat, was Radio FRO eben verwirklichen möchte. Radio FRO ist ja eben kein Mainstreammedium und möchte auch keines sein. Darauf stellt sich die Frage, inwieweit sie ihre Ziele wirklich verwirklichen. Da wäre es sicherlich falsch, so etwas mit dem ORF zu vergleichen. Das ist eben eine andere Liga. Da gibt es andere Kriterien zu erfüllen. Man kann natürlich vergleichen, welche positiven Sachen sich bei den Mainstream-Medien finden, die man dann verwenden könnte, um auch das Programm bei Radio FRO zu verbessern. Aber ich finde es grundsätzlich schwierig, es mit dem ORF zu vergleichen.«*³⁴

31 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 116 ff.

32 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 251 ff.

33 Fokusgruppe Kunst Zeile 198 ff.

34 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 43 ff.

»Also ich finde es auch wichtig, nicht den Vergleich mit den professionellen Radios zu machen. Egal, ob man jetzt die kommerziellen oder das öffentlich-rechtliche nimmt.(...) Ich finde es eben total gut, dass Fußballklubs auch Radio machen können und senden können, dass es wirklich so etwas hat von Bürger- und Bürgerinnenbeteiligung oder auch von Community, was eben über dieses Radio transportiert wird. Das ist eben auch eine Alternative, dass es eben nicht dieses einseitige Medium ist.«³⁵

Informationen zu besorgen hängt nicht nur vom technischen Gerät ab, sondern auch davon, ob und wie das Radiohören kultiviert wurde. Besonders bei der Informationsbeschaffung finden sich eklatante Unterschiede zwischen »Digital Natives« und den klassischen Radio-HörerInnen: *»Ich merke sehr oft in Kommunikation mit anderen Leuten, wie die sich ihre Informationen besorgen. Das merkt man bei Menschen, die stark in der Recherche stecken oder arbeiten, die dann tief liegende Daten zu einem Thema haben. Oder ob das dann Menschen sind, die in der Fülle der Informationen einen Überblick bewahren können. Menschen, die viel recherchieren, verlieren oft den Überblick. Ich glaube, so ähnlich ist es auch beim Radio. Ich bin schon kulturinteressiert, aber es ist nicht mein Hauptthema. Dann höre ich mir etwas im Radio an und es bleibt so eine Wissenswolke. Also falls es so eine Entwicklung gäbe, dass Radio ganz ausstirbt, das würde mich schon sehr unangenehm berühren.«³⁶*

»Radio ist etwas viel Reduzierteres als der Film, es ist Stimme und Inhalt und das ist genau die Stärke von Radio, dieses Reduzierte, dass ich es mitnehmen kann und fast überall nebenbei Radio hören kann. Das ist viel universaler nutzbar. Und auch viel leichter konsumierbar als Film.«³⁷

»Also in der Form, wie es derzeit ist, also nicht Radio FRO, sondern Radio allgemein, ist es ein Begleitmedium. Das höre ich im Auto, wenn ich nicht weg kann, oder beim Kochen halt. Aber so wie früher die Hörspiele und ausführliche Nachrichten? Naja, es gibt noch kurze Nachrichten, ich glaub, das Radio verliert an Attraktivität. Es müssten ganz andere Formate entwickelt werden, die

35 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 58 ff.

36 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 373 ff.

37 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 383 ff.

das Radio zum Teil neu erfinden könnten. Weil natürlich ist die Konkurrenz von Fernsehen und Printmedien und Social Networks usw. Da werden wir geflutet von Information und da ist das Radio schon sehr langsam. Also wenn man da mehrere Bildschirme hat mit Nachrichten...«³⁸

»Was Wissensvermittlung betrifft, ist für mich Radio auch nicht primär; auch Fernsehen (nicht), weil es einfach zu lange dauert, an bestimmte Informationen zu kommen. Bei Zeitung oder Buch kann ich Informationen ganz schnell filtern, was ich brauche. Beim Radio muss ich alles ganz durchhören und kann nicht entscheiden, was ich jetzt weglasse. Das ist für mich so der Nachteil beim Radio, wenn es um Informationen geht. Ich glaub auch, dass es so viele Informationen in der Welt gibt, dass man nicht eine Stimme braucht, die einem die Welt erklärt. Man kann ja viel selektiver zugreifen und da ist das Radio ein bisschen im Nachteil. Aus meiner Sicht zumindest. Ich bin ein Film-Informationssauger und da ist das Radio für mich einfach zu langsam.«³⁹

38 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 116 ff.

39 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 251 ff.

2.4 QUALITÄTEN, REICHWEITE UND SENDETECHNIK DES SENDERS RADIO FRO 105,0 MHZ

»Der Stempel ist ja die Freiheit.«⁴⁰

In den Tiefen des Radio FRO findet sich das Credo: *»Die Freien Radios reißen sich den Arsch auf für Meinungsfreiheit, Demokratie und Zivilgesellschaft. (Und haben eine Mordsgaudi dabei).«⁴¹* Meinungsfreiheit, Demokratie und zivilgesellschaftliche Teilnahme an Medienproduktion sind auch in der Charta der Freien Radios fest verankert und als Qualitätsmerkmale der Freien Radios im Allgemeinen zu verstehen. Aus der Diskussion mit den Befragten geht hervor, dass sich die Qualitäten von Radio FRO in unterschiedlichen Aspekten auffächern: Qualitäten des Faktors Sende/Zeit, inhaltliche Qualitäten, Qualitäten auf der programmatischen Ebene und in der Frage, inwieweit Radio FRO seine Identität als eigenes Qualitätsmerkmal vermitteln kann. Darüber hinaus sind Sendetechnik und die Reichweite des Radiosenders zentrale Faktoren, die die Hörqualität von Radio FRO ausmachen. Aus den Ergebnissen der Fokusgruppen kann eine gewisse Bilanz in Bezug auf diese Qualitäten gezogen werden. Sie zeugen aber auch von manchen Verlusten.

Radio FRO vermittelt wenig von dem, was man gemeinhin Tagesaktualität nennt. Nachrichtenmeldungen vom Bankraub von vor zwei Stunden wird man auf dem Sender nicht hören. Es finden sich auf der Frequenz von Radio FRO auch nicht die gängigen Formate wie Verkehrsfunk oder Wetterberichte, auch keine Fußballmatch-Resultate der 1. und 2. Division. Themen, die über Radio FRO gesendet werden, haben nicht nur inhaltlich eine alternative Ausrichtung, sondern gehen auch mit einem anderen Zeitverständnis einher. Es lässt sich auf die Formel: $\text{Zeit} \neq \text{Geld}$ reduzieren. *»Beim ORF sind die Beiträge maximal 2-3 Minuten lang. Eben, Zeit zu haben, um ein Thema auszubreiten, um den Diskurs breiter anzulegen. Ich kenne das auch von Dorf-TV, wo ich auch eine eigene*

⁴⁰ Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 273

⁴¹ Vgl. dazu den Artikel in den »Kulturrissen« unter dem Titel »Aufmerksamkeitslandschaften in Oberösterreich« Ausgabe 01/2012. Online: <http://kulturrisse.at>

Sendung habe. Da habe ich eine Stunde Zeit, mit einem Menschen zu reden. So kommt es auch wirklich zu guten Gesprächen. Das fällt mir immer wieder in der Rezeption auf.»⁴²

Allerdings hängt dieser Aspekt mit der Frage der Nutzung zusammen. Vor allem das jüngere Publikum hat alternative Hörgewohnheiten und Formen der Informationsbeschaffung entwickelt. Radio FRO, auch Radio im Allgemeinen, wirkt auf manche (unfreiwillig) entschleunigend: *»Also wenn das wirklich eine einstündige Sendung ist, dazusitzen und zu warten, konzentriert das anzuhören – schwierig...«⁴³*

»...und da ist das Radio schon sehr langsam. Also wenn man da mehrere Bildschirme hat mit Nachrichten...«⁴⁴

Davon abgesehen stellt sich der Faktor Zeit beziehungsweise wie Sendungsmachende Zeit für ihre Sendungen auffassen, als Erkennungs- und Qualitätsmerkmal dar: *»Das Positive daran ist auch, dass eine große Freiheit herrscht. Was man eben machen kann oder nicht machen kann. Man lässt offensichtlich den Mitarbeitern jede Freiheit. Allerdings finde ich manchmal, um etwas kritisch anzumerken, diesen Zeitfaktor auch manchmal ein Problem. Zwischen 3 min und 1 h ist doch eine gewisse Varianzbreite.«⁴⁵*

»Diese Tagesaktualität, die nicht da ist... Wenn ich andere Radios höre, die haben ja immer ihre Magazine, in denen sie versuchen aktuell zu sein, und da sowohl regional als auch bundesweit. Das hast du bei Radio FRO, so wie ich das im Kopf habe, nicht. Oder nur in ganz geringem Ausmaß. Ich muss aber schon sagen, dass es möglich ist, was ich sehr positiv finde, sich für ein Thema auch eine halbe oder dreiviertel Stunde Zeit zu nehmen.«⁴⁶

Auf der inhaltlichen und programmatischen Ebene zeigen sich die Qualitäten von Radio FRO in erster Linie im Kontrast zu anderen Radiosendern. Am Bei-

42 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 7 ff.

43 Fokusgruppe Kunst Zeile 557 f.

44 Fokusgruppe Kunst Zeile 405 f.

45 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 15 ff.

46 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 143 ff.

spiel Radio FRO ist für die Befragten offensichtlich, dass der sogenannte »offene Zugang« erstens kein billiges sozialpolitisches Signal ist, und zweitens, dass sich die politischen Implikationen des offenen Zugangs auch dramaturgisch manifestieren: *»Es kann ja auch jeder mitreden, der mitreden will. Bei uns in der Sendung kann man anrufen und mitreden.«*⁴⁷

*»Auch weil es ein sehr niederschwelliger Zugang ist. Theoretisch kann jeder Sendung machen der möchte. Das ist ein deutlicher Unterschied zu anderen Medien oder anderen Formaten.«*⁴⁸

*»Und man muss ja keine Quoten erfüllen, insofern kann man schon was völlig Schräges ausprobieren. Selbst wenn man es nicht hört, aber man weiß, es wird gemacht, und das Experimentierfreudige färbt vielleicht auch auf andere Sendungen ab.«*⁴⁹

Radio FRO ist »regional«⁵⁰, »international«⁵¹, »alternativ«⁵², ist »skurril«⁵³, »Gemüsegarten«⁵⁴ und »Nische«⁵⁵, auch 'mal »nervig«⁵⁶, aber »ohne Zensur«⁵⁷, »ganz großartig«⁵⁸, »liberal«⁵⁹ et cetera, et cetera. Viele, ganz unterschiedliche Charakteristika bestehen im Konglomerat Radio FRO nebeneinander. Mit dieser Qualität »rennt« Radio FRO einer großen HörerInnenschaft möglicherweise sogar »offene Türen ein«⁶⁰. Auch, weil »es viele Leute gibt, die die Nase voll haben

47 Fokusgruppe Migration Zeile 153 f.

48 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 12 f.

49 Fokusgruppe Kunst Zeile 614 ff.

50 Fokusgruppe Kunst Zeile 116

51 Fokusgruppe Migration Zeile 113

52 Fokusgruppe Kunst Zeile 92

53 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 174

54 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 173

55 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 202

56 Fokusgruppe Kunst Zeile 35

57 Fokusgruppe Kunst Zeile 112

58 Fokusgruppe Frauen Zeile 410

59 Fokusgruppe Frauen Zeile 71

60 Fokusgruppe Frauen Zeile 276 f.

von diesen 08/15-Formaten«. ⁶¹ Allerdings – so auch die Diskutierenden – kann das Programm von Radio FRO und das Medium an sich nicht eins zu eins anderen Programmen oder Medien, wie etwa dem ORF, zum Vergleich gegenübergestellt werden: *»Ich sehe Radio FRO nicht als Konkurrent oder als Mitbewerber in der Radiolandschaft mit anderen Radios, weil es ein ganz anderes Konzept ist. Bei mir schließt es sich nicht aus, sondern es ist eine Ergänzung. Es ist ein gesellschaftliches Modell, Medium zu sein oder ein Medium zu machen. Schon allein, dass es das gibt, ist eine Botschaft.«*⁶²

Wer weiß aber um diese Besonderheiten? Die Vermutung etlicher Befragter ist zumindest dahingehend, dass Radio FRO von der breiten Öffentlichkeit weitgehend unbemerkt senden könnte, denn *»man erfährt eben nicht, wie erfolgreich Radio FRO ist. Die Serviceangebote, die kennt man schon, aber es gibt keine Erfolgsgeschichte.«*⁶³

*»Nach dem Motto, tue Gutes und rede darüber. Das ist genau das, was andere Sender bis zum Erbrechen machen, da hört man alle 3 Minuten den Jingle, das ist eben diese Selbstwerbung, diese Selbstbeweihräucherung. Man muss es ja nicht so extrem machen.«*⁶⁴

*»Vielleicht geht es auch ein bisschen darum, das Selbstbewusstsein aufzubauen. Eben zu wissen, es gibt bei uns die und die Schätze und die und die wichtigen Dinge, wie etwa Programme. Eben das Selbstbewusstsein zu haben, dass die Freien Radios auch von mehr Leuten gehört werden. Das soll auch gehört werden, nicht nur von den Leuten aus den Communities.«*⁶⁵

Kein Quotendruck, keine ökonomischen Verpflichtungen und politische Unabhängigkeit - mit diesen Qualitätsmerkmalen gehen aber auch Fragen der Verpflichtung gegenüber den Hörenden einher. Kann es Radio FRO wirklich egal sein, ob *»am anderen Ende weniger oder mehr als fünf oder zehn Leute sind, die*

61 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 344 f.

62 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 143 ff.

63 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 227 f.

64 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 232 ff.

65 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 264 ff.

da zuhören?»⁶⁶

Zwar heißt es: »Ich denk mir, es ist vielleicht nicht so wichtig, ob das viele Leute hören, sondern dass man die Möglichkeit hat, was zu machen, zum Produzieren und zum Tun.«⁶⁷

»Für mich spielen da Zuhörerzahlen keine Rolle, sondern es geht um das Involvieren.«⁶⁸

»Aber ich habe mich eben auch noch nie wirklich gefragt, wie viele Leute das tatsächlich hören.«⁶⁹

Doch »das eine funktioniert nicht ohne das andere. Was hilft es, Workshops und andere Serviceangebote zu bieten, wenn ich am anderen Ende nicht den Sender habe und die Hörerinnen und Hörer. Da könnt ich mir dann überlegen, doch einfach nur Bastelkurse anzubieten.«⁷⁰

Ein Marketingplan (wie einer der Diskutierenden es formulierte) wäre für Radio FRO eine Herausforderung. Trotz seiner Qualitäten wird Radio FRO doch irgendwie als zu randständig empfunden. Zusätzlich wird ihm eine gewisse Unsicherheit unterstellt und es ist nicht ganz klar, ob und inwieweit Radio FRO seine Qualitäten kommunizieren kann. *»Als Marketingmensch würde ich sagen, diese Erfolgsgeschichten oder diese qualitativen Erfolge einfach kommunizieren. Wenn man sich die Mediadaten, die Zahlen nicht leisten kann, dann muss man auf anderem Wege versuchen die Qualität zu beschreiben, eben andere Qualitätskriterien finden. Das ist, glaube ich, gut, um die Marke Radio FRO weiter zu verbessern.«⁷¹*

»Ich bin ja kein Medienprofi. Aber ich denke mir, manchmal sind einfach Themen da, die eine derartig kleine Gruppe betreffen, das finde ich sehr schade. Ich habe keine Ahnung, wie breit Radio FRO ist, dazu fehlen anscheinend die Analysen. Ich finde es zwar schön, dass es Randgruppenthemen gibt, aber manche Sendung

66 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 305

67 Fokusgruppe Kunst Zeile 194 ff.

68 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 99 f.

69 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 48 f.

70 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 241 ff.

71 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 220 ff.

würde ich mir wünschen, die ein bisschen mehr Breite bekäme. Als Kontrapunkt zu den öffentlich-rechtlichen Sendungen wäre es schon klasse, eine linksintellektuelle Sendung zu haben, die Themen aufgreift, die nicht ganz so für kleine Gruppen spezifisch sind.«⁷²

»Es könnte ja eine gute Möglichkeit sein, das Fehlen der Mediadaten dieser Zahlen zu umgehen, indem man lernt, die eigene Zielgruppe selbst zu entwickeln oder selbst anzusprechen. Also ohne dass man auf irgendwelche anonymen Massen hofft. Wo man dann in den Workshops beispielsweise vermittelt, wie man über mediale Möglichkeiten und Angebote die Inhalte weiter streut und da die Zielgruppe selbst aufbaut und erreicht.«⁷³

Ein Manko eines Freien Radios ist bekanntermaßen die Begrenztheit der Frequenzreichweite: »Trotzdem wäre es super, wenn es auch Leute außerhalb von Linz hören können.«⁷⁴

Liegt ein höherer Hügel zwischen dem Radio und dem Sendemasten, verrauscht das Signal schnell einmal: »Ja, ich hör auch dann und wann auch FM4. Aber ich hab eben dieses schwierige Radio mit den Funklöchern und FRO und FM4 wechseln sich ab.«⁷⁵

»Ja, Radio FRO kenne ich, aber ich höre recht wenig Radio FRO, weil ich es einfach nicht empfangen in meinem Atelier und ich hauptsächlich in meinem Atelier Radio höre.«⁷⁶

»Ich selber krieg's nur schwierig rein, bei mir zu Hause klappt's nicht gut mit dem Empfang. Das ist in der Rudolfstraße im Zentrum und da funktioniert das nur phasenweise.«⁷⁷

Die Defizite der Sendekapazität Freier Radios wurden zwar durch die Digitalisierung teilweise behoben, dafür müssen nun potenzielle Hörende für den Zugang zum Internet aber auch ein Minimum an Medienkompetenz mitbringen.

72 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 83 ff.

73 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 106 ff.

74 Fokusgruppe Migration Zeile 146

75 Fokusgruppe Frauen Zeile 139 f.

76 Fokusgruppe Kunst Zeile 8 f.

77 Fokusgruppe Frauen Zeile 33 ff.

Die sogenannten ‚Digital Natives‘ bringen diesen Zugang zum Medium Radio freilich nicht nur mit, sie hinterfragen die klassische terrestrische Ausrichtung und denken Radio vor allem digital: *»Also Radio ist wichtig, aber ich bin mir nicht sicher, ob das in Echtzeit mitlaufen muss?«*⁷⁸

*»Ja, ob ein Sendemast in Zukunft notwendig ist, weil das Radio wird ja gestreamt und so – man sich das selbst zusammensucht und sich dann anhört. Oder dass man eine Sendung anklickt und die werden dann alle abgespielt.«*⁷⁹

Hingegen bleibt das Manko: *»Für Leute wie meine Eltern, die nicht computeraffin sind. Das ist die Barriere. Übers Radio kann FRO nicht empfangen werden (...) Auch die Leute, die ich sonst so kenne – wenn das nicht im Radio empfangbar ist, ist die Geschichte gestorben, quasi. Und der Empfang des Internets am Land ist ja ohnehin ein eigenes Kapitel!«*⁸⁰

78 Fokusgruppe Kunst Zeile 282 f.

79 Fokusgruppe Kunst Zeile 287 ff.

80 Fokusgruppe Frauen Zeile 438 ff.

2.5 DAS »CULTURAL BROADCASTING ARCHIVE« VON RADIO FRO 105,0 MHZ

»Da musst du mal im CBA nachsehen....«⁸¹

Das Archiv der Freien Radios in Österreich ist ein Zeitdokument zivilgesellschaftlicher Medienproduktion. Beiträge und Sendungen über ethnische Minderheiten, über Gleichheits- und Migrationspolitik, Medien- und Technikkritik, Globalisierung und Armut bis hin zu Kunst, Literatur, autonomer Kulturarbeit oder Philosophie finden sich im Audioarchiv. Diese Plattform ermöglicht einer größeren Öffentlichkeit Einblicke in medial oft kaum wahrgenommene Inhalte, Ereignisse und Diskurse und erlaubt eine einfache Vernetzung und Kommunikation von ProduzentInnen und HörerInnen. Einzelne Beiträge, Hörspiele, Interviews, Diskussionen,... kurz, das gesammelte Schaffen aller freien ProduzentInnen und Radiomachender steht mit diesem Archiv zur Verfügung. Das Cultural Broadcasting Archive – kurz CBA – als offen zugängliche Austausch- und Kommunikationsplattform, unterstützt die wechselseitige Übernahme von Radiosendungen außerhalb der Reichweite der jeweiligen lokalen Sender. Auf diese Weise bildet das CBA das gesellschaftliche, politische und kulturelle Geschehen einzelner Regionen ab und hat sich in der letzten Dekade zu einem bedeutenden Zeitdokument mit starkem Lokalbezug entwickelt.⁸² Durch die langfristige, kollaborative Archivierung der medialen Produktionen von mittlerweile 24 Radiostationen aus unterschiedlichsten Regionen Österreichs und Deutschlands ist kontinuierlich eine alternative Medienberichterstattung entstanden. Das CBA ist als Audiodatenbank vorwiegend für die österreichischen Freien Radios ein zentrales Distributionswerkzeug.

Sendungen von Radio Proton in Vorarlberg, Radio Freirad in Tirol, Radio Agora in Kärnten, Radiofabrik Salzburg, Radio Freequeens in Liezen, wie die der oberösterreichischen Freien Radios, nämlich Radio FRO, Radio Salzkammergut, Freistadt und B138 in Kirchdorf, Radio Helsinki in Graz und Radio Orange

⁸¹ Fokusgruppe Kunst Zeile 220

⁸² <http://cba.fro.at/info>

in Wien werden in diesem Archiv aufbewahrt. Wollte man das gesamte Archiv nachhören, bräuchte man dazu circa 3,5 Jahre.⁸³

»Also ich les‘ mir das gerne durch, die Kommentare, schreibe aber selber selten was dazu.«⁸⁴ Die offene Infrastruktur des CBA hat zudem eine Feedbackfunktion. Nutzerinnen und Nutzer des CBA können online eine Nachricht für die jeweilige SendungsmacherInnen hinterlassen. Nachdem das Thema Feedback auch in den Fokusrunden angesprochen wurde, wäre es ein möglicher Schritt, die Feedbackfunktion zu forcieren. Der folgende Auszug an Zitaten aus den bisherigen Feedbackfragebögen erlaubt darüber hinaus Einblick, wie Radio genutzt wird.

Hier eine Auswahl der *Feedbackfragebögen* von Buchstabe A – M:

Ablage von Rezensionen als Verlag; Agrarsoziologie für Rollenbilder; Als Erinnerung!; Als GLE_Wien_Absolvent; Anhören, um auch noch etwas zu lernen; Ankündigung von 7 bis 9; arbeite mich in den bereich kulturelle bildung ein; Arbeitsprobe Bewerbung; Arbeitsprobe für Bewerbungen; Archiv KUPF; Archiv Tiroler Landesmuseen; Archiv TLM; Archiv Zisterzienserabtei V. Brod; Archivierung; Archivierung Pressespiegel YOUKI 15; Archivierung/ Besprechungsbeleg; Argumentationshilfen für angestrebten Prozess gegen die Agentur für Arbeit; artarium ;); Artikel; Artikel für Zeitschrift MALMOE; Auch hier war ich selbst beteiligt; audioarchiv.blogspot.de; auf den barockaden - film; auf die Hp stellen; auto; bachelorarbeit; BAWO Newsletter; Beleg für Sommerszene 2013; Belegexemplar; betroffene; Betroffener; Beweismittel für Asylverfahren; Bildungsarbeit/Bibliothek; bin Fan; Bin selbst auf der Suche nach einem Hof; Bin Teilnehmer Interview; Buch; DA überwachung/datenschutz; DanceAbility; Deutsch; Dienstlich; Diplomarbeit; Diplomarbeit Überwachung/ Datenschutz; Diplomarbeit Überwachung/Datenschutz; Diplomarbeitsquelle; Dokumentation; Dokumentation & fb; Dokumentation der eigenen Sendungen; Dokumentation des Projekts; dokumentation eigener aktivitäten; Dokumentati-

83 CBA Nutzungsbericht. Ingo Leindecker. 2013. Seite 11

84 Fokusgruppe Frauen Zeile 183 f.

on FairYoungStyria-Projekte; Dokumentation für das Projekt; Dokumentation z6;Dokumentation/Archivierung von Berichten zum Thema; eigene Archivierung; Einreichung Journalismuspreis »von unten« Die Armutskonferenz; epol. Bildungsarbeit; Erinnerung wegen Teilnahme; ev. Schulgebrauch; Eval-Projekt Radio Orange; eventuell weiterempfehlen; Evidenz; evt Unterricht; evt. für Forschungsarbeit auf Uni Wien; facebook und hanfparade; Facebookseite von Kultur am Pienkenhof; FairPlay-Archiv; Filmbeitrag über Tierschützer und deren Prozess 2011;Fotoklub Freistadt; Fotoprojekt; Frauenstadtführung in Kufstein; Freiraumsuche; Für Agrarsoziologie zu Rollenbilder;Für das Bereitstellen auf der Homepage von SOS-Menschenrechte; für den ASP Forecki Archiv; für den Unterricht / Medienkunde; für die z6 interne Dokumentation; für ein Referat; für einen Radioworkshop; für Medienworkshops mit UMFs im Haus Noah (Vorarlberg); für meine berufliche Weiterbildung als Männermentor; Für Neuschnitt der Sendung; für Nordico Website; Für unser Archiv!; für unsere Kampagnenarbeit; fürs Studium; GEA Webseite; Gebrauch auf Uni; Gegenüberstellung der Meinung nach 3 Jahren; gegf. einbauen in Vortrag; Geschenk an 87jährige Untermstoanrin, Frau Prötsch; Gesprächsteilnehmer; ggf. für ein Seminar; Gh; GWÖ webseite; Hochladen für den Ely Meyer-Ausschnitt inklusive der Ab- und Anmoderation eines Songs für YouTube; homepage des STZ; Homepage sphinxlingua.at; hören; Ich arbeite bei flinc und möchte den Beitrag archivieren ; Ich bin eine Kollegin von Sabine Langgartner und würde den Beitrag gerne archivieren; ich lese das schiff speranza mit einer Klasse als DAF und es scheint mir eine gute Idee, die Schüler dazu zu animieren, auch selbst das Stück »vorzuspielen«. So, diese arbeit als »Vorlage«; ich möchte es auf meiner HP einbinden; ich möchte gerne Teile des Beitrags für Werbe- und Marketingzwecke verwenden; Ich war Beteiligte; immer wieder anhören; in memoriam; Infomaterial f. päd. Facharbeit zum Thema Gentrifizierung; Inklusion in Pressemappe; Interesse; interesse an derzeitigem standpunkt, bzw entwicklungen der schul- bildungslandschaft; Interesse an jüdischer Kultur und der Arbeit von Tina Walzer, die ich sehr schätze; ist mein eigenes interview; je nachdem wie der Inhalt ist, eine Kurzinfo für unser Pfarrblatt; keimform. de; kfb Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit; Klausur; Kulturvermittlung in der Schule; Lehre; Lehre und Privat; Lehre Uni Frankfurt; Lehrveranstaltung; Lentos on air; Link auf unsere Homepage!; Medien-Monitoring GLOBAL 2000

TOMORROW FESTIVAL; Medienarchiv Rotes Kreuz; Medienbeobachtung; Medienbeobachtung Südwind; medienwissenschaft; Medium für Unterricht; mein dj set ;-); meine eigene Sendung speichern; moechte es den teilnehmern und teilnehmerinnen meiner schule zeigen.; Monika und Rüdiger sind meine Freunde; nachhören; Nachruf in WeSTh; Nachweis für Projekt; neue musik kennen lernen; etc., etc.⁸⁵

Das CBA ist nicht exklusiv. In der klassischen Medienlandschaft sind Zugänge zu Archiven in der Regel beschränkt und/oder kostenpflichtig: *»Archivierung, das ist wirklich eben ein großes Manko, finde ich. Gerade bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Da sind eben gut gemachte Sendungen dann einfach weg.«*⁸⁶

Die Audiobeiträge (und Videos, Bilder, Sounds) im CBA können frei downgeload werden. Damit gehen verschiedene politische Implikationen einher. Es betrifft Fragen des Urheberrechts und offener Lizenzen, es ermöglicht neue Medienrezeptionen und Kritik, es erlaubt Anschlussfähigkeit: *»Was natürlich schon wichtig ist, dass man die Sendungen weiterverbreiten kann. Es gibt ja dieses Streaming und wir bekommen auch immer die MP3 zur Verfügung gestellt, das ist natürlich schon toll. D.h. wenn ich bei der FRO wieder zu Gast war, bekomme ich danach die Datei zur Verfügung gestellt und kann die auf diversen anderen Kanälen weiterverbreiten. Ich kann sie auch für diverse Dokumentationszwecke verwenden. Das ist für mich von Nutzen (...) So habe ich aber eine komprimierte Darstellung des Projekts oder des Vortrages usw. und kann mir das auf verschiedenen Kanälen wieder anschauen oder anhören. Das ist für uns ein zusätzlicher Medienträger. Von daher ist es für uns eher unabhängig davon, wie viele Hörer und Hörerinnen es gibt.«*⁸⁷

Die Wertigkeiten fallen bei den NutzerInnen des Archivs unter den Diskussionssteilnehmenden unterschiedlich aus. Genannt wurde beispielsweise ein pädagogischer Aspekt: *»Dahingehend finde ich das Archiv bei Radio FRO wirklich*

85 CBA Nutzungsbericht. Ingo Leindecker. 2013. Seite 10

86 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 137 ff.

87 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 66 ff.

wertvoll und verwende es auch für meine Lehre.«⁸⁸

Aber auch im ideellen Sinn: »Ja, das Archiv als Zeitdokument ist das Wichtigste am Radio, glaub ich.«⁸⁹ Und auf pragmatischer Ebene: »Manchmal gibt es Sendungen, da denke ich mir, ja das interessiert mich. Und wenn es zeitlich nicht passt, dann eben die CBA.«⁹⁰

»Ja genau, ich nutze die Recherche im CBA.«⁹¹

Eine Lösung des »Problems der Sendereichweite«, von dem ein Lokalradio stets betroffen ist, wird mit der Digitalisierung zwar möglich, aber es ist offenkundig auch keine Selbstverständlichkeit, das Archiv zu kennen: »Jemand, der in Salzburg ist, kann nicht mithören. Aber die möchten natürlich auch live zuhören, die rufen dann andauernd an aus Salzburg, dass sie es auch hören möchten. In Linz funktioniert es ja gut, aber außerhalb nicht. Ich selbst höre auch viel. Das CBA habe ich noch nicht angeschaut.«⁹² (Vgl. dazu Kategorie 2)

Es überrascht, dass selbst Hörende von Radio FRO mit starkem Lokalbezug oder Bezug zur Freien Szene das CBA oft wenig kennen oder nutzen: »Ich geh auf die Startseite, dann auf die Startseite vom Frozine und vom Kultur- und Bildungskanal. Die Sendungen, die mich interessieren, die höre ich dann über den Jetzt-Button (Anm.: Audioplayer). Ins Archiv gehe ich normalerweise nicht.«⁹³ »Hin und wieder schon, aber sehr selten. Da muss ich schon konkret irgendwas wissen, dass mich jemand Bekannter darauf hinweist. Irgendein Interview gegeben hat.«⁹⁴ »Ja, das ist mir einfach nicht klar gewesen. Weil eigentlich tu ich das recht gern, zu einem interessanten Thema was rauszusuchen. Ist das irgendwo publik?«⁹⁵ »Find ich super spannend, muss ich mir ansehen.«⁹⁶ »Also mir ist das

88 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 144 ff..

89 Fokusgruppe Kunst Zeile 597

90 Fokusgruppe Migration Zeile 39 ff.

91 Fokusgruppe Kunst Zeile 125

92 Fokusgruppe Migration Zeile 5 ff.

93 Fokusgruppe Frauen Zeile 99 ff.

94 Fokusgruppe Kunst Zeile 212 f.

95 Fokusgruppe Kunst Zeile 222 f.

96 Fokusgruppe Frauen Zeile 193.

gar nicht so bewusst, dass ich das nützen könnte.«⁹⁷ Oder umgekehrt: »Ich kenn die Feedback-Funktion nur vom CBA: Sie haben Feedback. Das ist nicht so interessant, weil da nur angeklickt wird: Habe den Beitrag downgeloaded. Aber auf der Homepage gibt es das auch?«⁹⁸

97 Fokusgruppe Kunst Zeile 215 ff.

98 Fokusgruppe Frauen Zeile 186 ff.

2.6 RADIO FRO 105,0 MHZ ALS MEDIEN- UND/ODER KOOPERATIONSPARTNERIN

»Jemanden als Partner zu haben ist natürlich einfacher und selber zu machen ist einfach eine Ressourcenfrage.«⁹⁹

Lokale, regionale und transregionale Vernetzung zählt zu den wesentlichen Stärken der Freien Radios. Wie wichtig sind Kooperationen mit anderen gesellschaftlichen Bereichen, Institutionen und Gruppen? Ist das Medium Radio FRO überhaupt »attraktiv« als Kooperationspartnerin? Und was braucht es, um diese Rolle entsprechend wahrzunehmen? Radio FRO hat und hatte immer schon Kooperationen mit zahlreichen Gruppen, Institutionen und Veranstaltungen. Diese reichen von der zur Verfügungstellung der Räumlichkeiten über gemeinsame Projekte in- und außerhalb der Räumlichkeiten von Radio FRO bis zu einer regelmäßigen medialen Betreuung in Form einer Sendung, Berichterstattung oder Sonderprogrammschienen. Im Idealfall sind aktive Mitglieder dieser Partnerinstitutionen, -vereine oder -organisationen zugleich Sendungsmachende bei Radio FRO. Dennoch bedeuten solche Kooperationen oder Medienpartnerschaften meist einen größeren zeitlichen, personellen und mitunter auch finanziellen Ressourcenaufwand für Radio FRO. Gerade diese Bereitschaft, technische, personelle, zeitliche und intellektuelle Ressourcen zur Verfügung zu stellen, wird jedoch von den Diskutierenden in den Fokusrunden als sehr positiv wahrgenommen, wie auch das Titelzitat verdeutlicht.

In den Fokusrunden wurde aber auch klar, dass diese Form der Partizipation am Medium Radio FRO nur wenig bekannt zu sein scheint: *»Das ist vielen wahrscheinlich gar nicht bewusst, dass das auch möglich ist. (...) Ich glaube nicht, dass es eine Abneigung geben würde, sondern es ist reine Unwissenheit.«¹⁰⁰*

Vor allem vor dem Hintergrund, dass mediale Zusammenarbeit auch mit sehr bekannten PartnerInnen wie dem Crossing Europe-Filmfestival oder dem Festival der Regionen besteht, stellt sich die Frage, wie sichtbar Radio FRO in bereits

99 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 12 ff.

100 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 183 ff..

bestehenden Partnerschaften nach außen hin ist. Gleichzeitig macht eine Verstärkung dieses Angebotes nur Sinn, wenn es bei Radio FRO auch tatsächlich Personen gibt, die ihre Kapazitäten in den Dienst dieser Kooperation stellen und als verlässliche und aktive Ansprechpersonen zur Verfügung stehen. Zugleich muss Radio FRO, wenn der Wunsch nach konkreter Zusammenarbeit besteht, auch als Impulsgeberin agieren und aktiv werden: *»Tatsächlich ist der Wille da, und wenn man auf die zugeht, werden sie kaum absagen.«*¹⁰¹

Im Sinne des selbstgestellten Auftrages - der lokalen Relevanz und der Abbildung gesellschaftlicher Lebensrealitäten und deren Vielfalt – könnte man so weit gehen, zu sagen, dass Radio FRO hier sogar eine konkrete Verantwortung hat und dieser nachkommen muss.

*»Von unserer Seite stellt sich das so dar, wir hätten sonst keine andere Möglichkeit eine Sendung zu machen. Beim ORF habe ich keine Idee wie, und die Alternative wären die Kommerziellen.«*¹⁰²

101 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 198 ff.

102 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 25 - 26

2.7 ANGEBOTE AUSSERHALB UND INNERHALB DER INSTITUTION RADIO FRO 105,0 MHZ

»Was ich anfangs seltsam fand, war der KuB-Kanal. Das dauerte ein wenig, bis ich draufgekommen bin, dass das ja nur Sendungen sind, die für die großen Institutionen gemacht werden. Das passt schon, nur, Kultur und Bildung ist so viel mehr.«¹⁰³

Radio FRO verfügt über mehrere Angebote, die sich an Beteiligte innerhalb, wie auch an potentiell Interessierte außerhalb der Institution richten. Aber erreichen diese auch jene Personen, Gruppen und Institutionen, die angesprochen werden sollten? Und sind diese noch adäquat, was die Interessenlagen der Zielgruppen betrifft? Unter Ausschluss der klassischen Radio FRO Angebote, wie Lehrredaktion, Workshops, Medien- und Kooperationspartnerschaften im Kulturbereich, hat sich für die Diskutierenden der Fokusrunden ein Wunsch nach mehr Wissenschaft und Bildung herauskristallisiert. Radio FRO wäre gut beraten auf der Schiene Wissenstransfer aktiver zu werden und die Möglichkeit zu nutzen, mehr gesellschaftspolitische Fragen an verschiedene Bildungsbereiche zu stellen.

Die Grundstrukturen sind bei Radio FRO mit dem Kultur- und Bildungskanal und sporadischen Uni-Sendungen bereits gelegt. Mit den drei Universitäten, Johannes Kepler Universität, Kunst-Uni, Bruckner-Universität, einer Fachhochschule für Sozialberufe, den Pädagogischen Hochschulen und der geplanten Medizin-Universität handelt es sich bei einer mittelgroßen europäischen Stadt wie Linz doch um eine starke Konzentration, die es zu nutzen gilt.

Grundsätzlich gibt es für Radio FRO einmal Handlungsbedarf, seine Rolle und sein Auftreten mit und gegenüber den Wissenschaften zu überdenken beziehungsweise neu auszurichten, denn, *»was aber ein echter Kritikpunkt ist, ich finde, Radio FRO ist viel zu devot der Wissenschaft gegenüber, das ist unglaublich. Also man kann schon auch mal kritische Fragen stellen und man kann den Leuten auch mal ein bisschen auf den Zahn fühlen. Aber sobald da ein Professor*

103 Fokusgruppe Junge Frauen, Zeile 395-397

gegenübersitzt, werden die Reporter da wie die kleinen Studenten und das ist natürlich völlig falsch.»¹⁰⁴

Andererseits profitierten auch die Studierenden von mehr Einsicht in Medienproduktion, denn das, was von Studierenden vorschnell als unpolitisch deklariert wird – Stichwort: Rap-Musik – entpuppt sich bei näherer Betrachtung sehr wohl als gesellschaftspolitisch relevant: *»Auf der Uni war das Radio immer gewollt neutral. Da war das mehr so: Zwei bis drei Personen setzen sich zusammen, trinken ein Bier und legen ihre Musikrichtung auf. Es gibt da auch kein Programm oder so. Eher spontan und man redet da eher über Rap und so.«¹⁰⁵*

Radio FRO kann hier *»eine sehr wertvolle pädagogische Aufgabe«¹⁰⁶* übernehmen, zumindest gäbe es hier eine deutlich kommunizierte Anschlussfähigkeit von den Diskutierenden der Fokusrunden, aber auch deutliche Mankos: *»Manchmal muss ich schon sagen – ich bin ja bildungshungrig – und da können mich viele Sendungen vom FRO einfach nicht bedienen. Das ist doch zu wenig fundiert.«¹⁰⁷*

»Was Wissensvermittlung betrifft, ist für mich Radio nicht primär.«¹⁰⁸

Damit Radio FRO dem besagten Bildungshunger gerecht werden kann, könnten die Studierenden selbst miteinbezogen werden. Es könnte sich hier um eine sogenannte Win-win-Situation handeln, denn *»die Studierenden müssen auch sprachlich begabt werden, dass sie die Sprache als etwas sehen, womit sie arbeiten können und argumentativ besser und überzeugender werden. Das könnte man natürlich als Radio auch offensiv bewerben, diesen Nutzen. Aber da muss eben auch Radio FRO das Angebot machen, von der Universität aus ist da wenig zu erwarten.«¹⁰⁹*

»Also wenn es in der Form etwas gäbe, ich würde meine Studierenden darauf

104 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 164 f.

105 Fokusgruppe Frauen Zeile 283 ff.

106 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 101 f.

107 Fokusgruppe Frauen Zeile 155 ff.

108 Fokusgruppe Kunst Zeile 36 f.

109 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 306 ff.

hinweisen. Man lernt eben dann diesen Umgang mit Sprache, mit Information, diese aufzubereiten. Dass sie sich dann auch dieser Verantwortung bewusst werden, diese haben, wenn sie Informationen dann übers Radio ausstrahlen.»¹¹⁰

»Ich könnte mir ja ganz viele Themen vorstellen, wozu ich mit den Studierenden etwas machen könnte, aber ich bräuchte jemanden, der mich da an die Hand nimmt. Also die Schritte einzeln, wie erste Arbeiten, technische Aufbereitung, oder da auch hin und wieder Tricks und Tipps. Also ich weiß, ihr könnt das, aber ich weiß, das ist eine Frage der Kapazitäten.«¹¹¹

Allerdings stellt sich in diesem Kontext die Frage nach Qualitätskriterien, die mit den üblichen Bildungsstandards oder auch anderen möglichen Zertifizierungen konform gehen. Vor allem Letzteres bedarf jedoch eines erheblichen – vor allem – finanziellen Ressourcenaufwands, der vermutlich schwer zu realisieren ist: *»Es wird wahrscheinlich ein Zusatzangebot bleiben. Ich weiß nicht, ob es geht, dafür (Anm.: Uni-) Scheine auszustellen oder das anzurechnen. Dieses enge System funktioniert ja auf eine bestimmte Art.«¹¹²*

Radio FRO kann im gesellschaftspolitischen Bereich punkten, wenn es sich an die (notwendige) »Übersetzungsarbeit« wissenschaftlicher Themen herantraut und stärker mit den Universitäten und Bildungshäusern zusammenarbeitet, wie es in der Praxis teilweise auch schon passiert: *»Wir haben die Vernetzung ja auch schon angesprochen, eben dieser Aspekt, das läuft über persönliche Kontakte. Also wenn Andi Wahl nicht an den Studienleiter herangetreten wäre und gefragt hätte, ob wir etwas zusammen machen wollen, dann hätte ich auch nie davon erfahren und dieses Seminar gemacht.«¹¹³*

Denn: *»Tatsächlich ist der Wille da, und wenn man auf sie zugeht, werden sie (Anm.: Universitätsangestellte) kaum absagen.«¹¹⁴*

»Oder, wenn man einen fixen Ansprechpartner hätte, eine Person bei Radio FRO,

110 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 312 ff.

111 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 415 ff.

112 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 457 ff.

113 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 457 ff.

114 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 198 ff.

die für die JKUler ansprechbar ist.«¹¹⁵

»Bei uns war das ja die Intention im Seminar, das auch mal auszuprobieren.«¹¹⁶

Der Vorwurf, der oft an die Adresse der Wissenschaft geht, ist, sich im Elfenbeinturm zu bewegen. Auch besteht das Problem, dass die Forschung für gewöhnlich wenig transparent gemacht wird – hier könnte sich Radio FRO mehr einmischen und (den Wissenschaften) mehr Fragen stellen: *»Ich würde das auch auf den Pädagogischen Hochschulen anbringen. In die Ausbildung der Lehrer und Lehrerinnen einbringen.«¹¹⁷*

»Ich habe jetzt die Bruckner Universität im Blick. Ich glaube, da gibt es sicher eine Offenheit, auch mit der neuen Rektorin, die etwas multidisziplinär veranlagt ist. Aber natürlich muss der Impuls von außen kommen. Auch direkt in diesem Musikvermittlungslehrgang könnte ich mir vorstellen, dass es Möglichkeiten gibt.«¹¹⁸

Auf jeden Fall sollte ein erster Schritt von Radio FRO ausgehen in Form einer gezielten Informationsstrategie an die entsprechenden Zielgruppen: *»Vielleicht einmal einen Artikel in die ÖH-Zeitschrift zu geben, der das wieder etwas präsenter macht.«¹¹⁹*

115 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 164 f.

116 Fokusgruppe Frauen Zeile 283 ff.

117 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 101 f.

118 Fokusgruppe Frauen Zeile 155 ff.

119 Fokusgruppe Kunst Zeile 36 f.

2.8 DIE ANGEBOTE VON RADIO FRO ALS AUSBILDUNGSRADIO

»Das würde bestimmt die Medienkompetenz fördern.«¹²⁰

Das Ausbildungsangebot¹²¹ umfasst neben den Basisworkshops (für angehende Radiomachende), den Schnupperworkshops (für alle Interessierten) und den Indiworkshops, (die individuell auf die Interessen und Bedürfnisse der TeilnehmerInnen abgestimmt werden) auch konkretere Angebote wie die mehrmodulige Lehrredaktion oder Angebote, die sich an spezielle Menschengruppen richten oder aktuellen Interessensgebieten Rechnung tragen. Aber sind die Angebote bekannt? Sind sie inhaltlich attraktiv und interessant? Helfen sie, Radio FRO weiterzuentwickeln?

»Ich sehe Radio FRO auf zwei Beinen stehen, das eine ist das Service mit dem Ausbildungs- und dem Zugangsbereich und das andere ist der Sendebetrieb. Und ich sehe die Schwäche eher im zweiten.«¹²² Diejenigen in den Fokusrunden, die das Angebot des Ausbildungsbereiches bei Radio FRO kannten oder bereits selbst etwa an einem Workshop teilgenommen haben, bestätigten die hohe Qualität: »Mir hat es getaugt, es waren unterschiedliche Vortragende (Anm. bei der Lehrredaktion), die zwar hier Kontakte haben aber schon bei Ö1 oder sonst wo arbeiten. Also man hat vor allem gemeinsam gearbeitet und ich war zu 95% zufrieden mit dem ganzen Lehrgang, wie der abgelaufen und organisiert worden ist.«¹²³ Das Ausbildungsangebot richtet sich grundsätzlich an alle interessierten Einzelpersonen, Gruppen und Institutionen. Unterstützt wird es dabei durch die Kostengünstigkeit, die Niederschwelligkeit im Zugang und die Flexibilität in Art und Umfang. Hervorzuheben ist die Tatsache, dass vor allem im pädagogischen Bereich (Schulen und andere Bildungsinstitutionen) großes Interesse besteht und auch bereits zahlreiche Medienkooperationen, Projekte und Sendungen entstanden sind.

120 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 279 ff.

121 Siehe http://fro.at/index.php?ordner_id=16, Download 29.12.2013

122 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 418 ff.

123 Fokusgruppe Frauen Zeile 224 ff.

Inhaltlich als positives Beispiel wurde die gezielte(-re) Auseinandersetzung mit Themen wie Copyright, Verwertungs- und Nutzungsrechte genannt: *»Da waren eben auch Fragen zu Copyright usw. und Kommerzialisierung ein Thema. Bei den Studierenden, so war mein Eindruck, gab es da wirklich ein Aha-Erlebnis. Die hatten sich vorher gar nicht Gedanken darüber gemacht, dass das alles etwas kostet. Und wenn man dieses Geld eben nicht zur Verfügung hat, man diese Musik doch nicht spielen kann. Und sich dann Alternativen überlegen muss. Und dass es mittlerweile hier viele Archive und Datenbanken gibt, die solche Musik zur Verfügung stellen. Das fand ich gut als Horizonterweiterung, dass man nicht angewiesen ist auf diese kommerziellen Dinge.«*¹²⁴

In Bezug auf mögliche und wünschenswerte Inhalte von Ausbildungsangeboten wurde eine Verbesserung der SprecherInnen- und Moderationsqualitäten mehrmals genannt: *»Zum Teil vermisse ich bei Moderationen ein bisschen die Qualität alleine von der Sprache her. Da wäre ein bisschen Sprachausbildung nicht schlecht. Vielleicht ein bisschen akzentuierter, es muss nicht immer salopper oberösterreichischer Dialekt sein.«*¹²⁵

*»Vielleicht könnte noch qualitativ etwas gemacht werden, da ihr schon die Ausbildung im Haus habt, dass ihr eben die ModeratorInnen besser ausbildet.«*¹²⁶

Des Weiteren genannt wurden Beitragsgestaltung und Dramaturgie, Interviewtechnik im Sinne von kritischen Interviews, die *»den Leuten auch mal ein bisschen auf den Zahn fühlen«*¹²⁷, oder auch kritisches Hören bzw. die Auseinandersetzung mit Hörgewohnheiten und politische Bildung: *»Ich finde das durchaus auch spannend, gerade auch im Bereich politische Bildung. Das könnte ja auch eine Methode sein. Es geht ja um die Gestaltung von Inhalten, die Aufbereitung, und ich glaube, dass durch diese andere Methode ein Engagement geweckt werden kann, sich mit einem Thema intensiver auseinanderzusetzen auf einer anderen Ebene.«*¹²⁸

Als potentielle wichtige Zielgruppen, an die sich Workshopangebote richten

124 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 126 ff.

125 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 175 ff.

126 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 428 ff.

127 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 165 ff.

128 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 298 ff.

könnten, wurden Studierende und angehende LehrerInnen definiert. *»Die Studierenden müssen auch sprachlich begabt werden, dass sie die Sprache als etwas sehen, womit sie arbeiten können, und argumentativ besser und überzeugender werden. Das könnte man natürlich als Radio auch offensiv bewerben, diesen Nutzen. Aber da muss eben auch Radio FRO das Angebot machen, von der Universität aus ist da wenig zu erwarten.«*¹²⁹

*»Also wenn es in der Form etwas gäbe, ich würde meine Studierenden darauf hinweisen. Man lernt eben dann diesen Umgang mit Sprache, mit Information, diese aufzubereiten. Dass sie sich dann auch dieser Verantwortung bewusst werden, diese haben, wenn sie Informationen dann übers Radio ausstrahlen.«*¹³⁰

*»Diese Angebote für Communities habe ich vorher nicht gekannt. Auch dass man die Ausbildung machen kann, habe ich nicht gewusst. Dann muss man sich aber schon die Frage stellen, wer ist hier die Zielgruppe.«*¹³¹ Dieses Zitat aus der Fokusrunde Migration macht deutlich, dass der Zugang zu entsprechenden Informationen über die Ausbildungsangebote vor allem für nicht muttersprachlich Deutschsprechende eine Hürde darstellt. Sogar das Hauptinformationsmedium – die Homepage – ist diesbezüglich nur in Deutsch verfasst. Gezielte Information an Vereine, Institutionen und Organisationen von und für Menschen mit migrantischem Hintergrund könnte eine Möglichkeit sein, auch diese Zielgruppe stärker zu erreichen. Auch die Sendungsmachenden anderssprachiger Sendungen könnten potentielle MultiplikatorInnen sein. Ebenso die Möglichkeit Workshops gezielt (nicht nur in Form eines Individualworkshops) anders- oder mehrsprachig abzuhalten. Auch das Thema der Mehrsprachigkeit in Sendungen an sich könnte verstärkt Bestandteil des Ausbildungsprogrammes werden.

129 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 305 ff.

130 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 313 ff.

131 Fokusgruppe Migration Zeile 188 ff.

2.9 DIE POLITISCHE IDENTITÄT VON RADIO FRO 105,0 MHZ

»Ich glaub, Radio FRO ist ja links und eher, wie ich ticke«¹³²

In Bezug auf die politischen Ausrichtungen von Radio FRO gab es in allen Fokusgruppen eine relativ ähnliche Einschätzung: *»Eindeutig links. Gar keine Frage. Eher sogar sehr links.«¹³³*

»Wahrscheinlich wird beim ersten Hören Radio FRO schon in einer bestimmten Ecke verortet. Vielleicht wäre es auch ein Schritt, gerade das zu popularisieren. Und dass man eben auch mit diesem Image arbeitet, dass es eben darum geht, ein offenes gesellschaftliches Medium zu sein und nicht so sehr, eine bestimmte Schicht oder bestimmtes Milieu zu bedienen, egal ob links oder rechts oder oben oder unten. Jetzt nur Kultursender zu sein oder Politsender zu sein, das wollt ihr ja gar nicht. Deswegen könnte man auch bewusster an diesem Image arbeiten.«¹³⁴

»Naja, es gibt ja die unterschiedlichen politischen Sendungen, und wenn politisch, dann lieber links als rechts. Also wichtig ist, dass viele politische Aspekte bearbeitet werden.«¹³⁵

Begründet wird dies teils durch die Grundausrichtung des Mediums an sich, aber auch durch die Programminhalte. *»Es ist eben ein offenes Radio, das Leute benutzen, die ein Bewusstsein haben, die dann wichtige politische Meinung und auch Fachinformation über diesen Weg kommunizieren. Wenn das nur Linke sind, dann sind die anderen eben einfach nicht daran interessiert.«¹³⁶*

Jedoch spielt die politische Positionierung des Radios nicht für alle eine so wesentliche Rolle: *»Ich würde diese Einteilung auch nicht so dogmatisch sehen. Ich sehe Radio FRO eher als Teil der linken alternativen Kulturszene und weniger als politische Bewegung. Außerdem gibt es hier unter den Senioren auch anders*

132 Fokusgruppe Kunst Zeile 162 f.

133 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 79

134 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 245 ff.

135 Fokusgruppe Frauen Zeile 76 ff.

136 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 214 ff.

politisch Orientierte, wie ich weiß. Es ist wohl ein Haufen vieler verschiedener Meinungen und ich würde das auch nicht als Hürde sehen und deswegen einen Wissenstransfer nicht machen.»¹³⁷

»Und es ist ganz egal, ob das gutes Radio ist oder nicht, sondern dass man mit gesellschaftlichen Organisationen zusammenarbeitet, die für eine bestimmte regionale Verankerung stehen. Eben nicht nur Leute bedient, die es eben schick finden, in diesem linken Milieu zu arbeiten bzw. Radio zu hören, ich meine, die Gefahr besteht hier durchaus, dass man das auch zur Distinktion verwendet. Der würde ich ganz bewusst entgegenarbeiten wollen.«¹³⁸

»Gibt's ein besseres Wort für ‚Randgruppen‘?«¹³⁹ Neben der relativ klaren politischen Positionierung auch in der »sozialpolitischen Szene«¹⁴⁰, die von den Diskutierenden als solche auch wahrgenommen wird, besteht zudem ein klares Bekenntnis zu Minderheiten-Politiken, die über weite Strecken im Programm von Radio FRO zu finden sind: »Ich glaube, es gibt politische und ideologische Prinzipien bei Radio FRO. Es ist für mich ein klares Plädoyer für, sagen wir, dissidente Positionen. Über Minderheiten auch über ökonomische Dissidenten.«¹⁴¹

»Radio FRO ist etwas Spezielles und was Spezielles ist eben hier nur für eine Minderheit. Und eine bestimmte Zielgruppe zu haben, ist ja auch eine politische Haltung. Ich sehe das nicht als Defizit.«¹⁴²

»Also ich nehm‘ Radio FRO nicht als reinen Kultur-Sender wahr. Ja, den marginalisierten Leuten Stimme und Platz geben. Und das ist für mich schon politisch.«¹⁴³

»Das ist genau das Metier von so einem Radio, eben den Kleineren die Stimme zu geben, weil sie die Sendezeit haben.«¹⁴⁴

137 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 224 ff.

138 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 253 ff.

139 Fokusgruppe Kunst Zeile 179

140 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 434

141 Fokusgruppe Migration Zeile 135 f.

142 Fokusgruppe Migration Zeile 141 ff.

143 Fokusgruppe Kunst Zeile 178 ff.

144 Fokusgruppe Frauen Zeile 85 f.

Vor allem den nicht-deutschsprachigen Sendungen wird hier ein besonderer Stellenwert zugewiesen: *»Politisch klingt schon mal gut, denn Voice of Afrika ist politisch!«*¹⁴⁵

*»Ich sehe das positiv. Ich kann jetzt nur von unserer Sendung reden, da sagen wir auf jeden Fall den Leuten draußen, die kein Deutsch verstehen, was gerade läuft und welche Gesetze wichtig sind oder neu sind, und wir diskutieren auch darüber.«*¹⁴⁶

*»Das zeichnet Radio FRO aus, dass man einen niederschwelligen Zugang hat und keine Zensur sozusagen. Und das ist ja ganz spannend, wenn man auf eine türkische oder serbische Sendung stößt.«*¹⁴⁷

In der Chance von Radio FRO als vielfältiges, *»halbwegs politisch unabhängiges Radio«*¹⁴⁸ liegt immer auch - wie es der Politologe Franz Walter bezeichnet - das Menetekel des Scheiterns: *»Also bei uns am Land weiß das eh keiner. Was FRO ist und man damit verbinden kann. Und ich denke, wenn sie wüssten, dass FRO auch so in Richtung Dreadlocks- und Batikleiberl-Abteilung geht, dann würden sie das nicht horchen. Ich darf das sagen, weil mir das sympathisch ist und für mich keine Hemmschwelle ist. Aber die Leute vom Land, da kann ich mir das schon vorstellen.«*¹⁴⁹

Politische Signalwirkung wird von den Diskutierenden auch in den vorhandenen Themen im Programm verortet. Zudem fungiert Radio FRO in seiner inhaltlichen Breite als eine Art Türöffner für wenig bekannte beziehungsweise wenig lancierte gesellschaftliche Themen: *»Es gibt eben bestimmte Diskussionen auf Radio FRO, die ich bevorzuge. Das finde ich nirgendwo anders.«*¹⁵⁰

»Weil eben die Gestalter und Gestalterinnen aus ganz vielen verschiedenen Ecken kommen. Und die sind absolut alternativ zu den professionellen Machern und da gibt es eben andere Standpunkte und Meinungen, die sonst nicht vorkom-

145 Fokusgruppe Migration Zeile 129

146 Fokusgruppe Migration Zeile 131 ff.

147 Fokusgruppe Kunst Zeile 11 ff.

148 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 5

149 Fokusgruppe Frauen Zeile 271 ff.

150 Fokusgruppe Migration Zeile 21 f.

men würden.«¹⁵¹

»Es werden noch Themen aufgegriffen, die in anderen Medien einfach nicht vorkommen.«¹⁵²

Oder aber Radio FRO wirkt auf seine Hörenden durchaus bestätigend, und zwar dahingehend, dass Sendungen als eine gewollte gesellschaftliche Nische empfunden werden: »Es gibt sicher genug Leute, die anders denken und das dann nicht horchen, aber ich find‘ das schon gut so.«¹⁵³

»Ich brauche eben Gegenpositionen. Radio FRO ist dazu viel zu sehr meine politische Meinung. Es ist eben nur eine ideologische Bestätigung.«¹⁵⁴

»Mir ginge das FRO ab, wenn es nicht hier wäre. Was das politische Gewicht oder Potential betrifft, gefällt mir, dass es lockerer ist als Ö1.«¹⁵⁵

Selbst im alternativen Zugang zu den Ressourcen und zur Infrastruktur von Radio FRO liegt politisches Potential verborgen. Hier spielt vor allem das Stichwort Werbefreiheit hinein: »Radio FRO ist für mich, so wie ich es kennen gelernt habe, ein freies und unabhängiges Radio, das nicht auf Kommerz ausgerichtet ist.«¹⁵⁶

»Ich bin ganz klar davon überzeugt, dass neben dem Kommerz es auch Abseitsbereiche braucht, die nicht durchkommerzialisiert sind.«¹⁵⁷

»Radio FRO ist schon politisch, weil eben Themen oder Gedanken vorkommen, die woanders nicht vorkommen. Darum finde ich es auch wichtig, dass es nicht kommerziell wird.«¹⁵⁸

151 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 36 ff.

152 Fokusgruppe Migration Zeile 62 ff.

153 Fokusgruppe Frauen Zeile 264 f.

154 Fokusgruppe Migration Zeile 94 f.

155 Fokusgruppe Frauen Zeile 460 f.

156 Fokusgruppe Migration Zeile 7 f.

157 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 199 f.

158 Fokusgruppe Migration Zeile 148 ff.

2.10 SICHTBARKEIT VON RADIO FRO 105,0 MHZ IM SENDEGEBIET

»Wir machen das, wir können das!«¹⁵⁹

»Das Logo gibt es ja schon recht lange. In letzter Zeit ist es so verändert worden, dass man jetzt auch die Frequenz lesen kann. Aber wenn es schon so ein Ressourcenproblem gibt mit den persönlichen Repräsentanzen, dann ist es wahrscheinlich in den Bereichen PR und Marketing noch viel schlechter. Also wo soll man dann ansetzen, das ist die Frage? Darum, glaube ich, sollte man eher im Programm ansetzen, durch Profilierung. Vielleicht sind andere Wege, wie etwa Mund zu Mund Propaganda viel wichtiger.«¹⁶⁰

Hier wird ein altes, ein bekanntes Dilemma von Radio FRO deutlich. Es steht die Frage, »Wer kennt Radio FRO?«, im Raum. Zweitens stellt sich die Frage, inwieweit die Aktivitäten von Radio FRO die (unterschiedlichen) Öffentlichkeiten erreichen. Ein Dilemma, das vielleicht sogar keines ist? Die Befragten, mit der Problematik konfrontiert, zeichnen nicht nur ein recht heterogenes Bild von der Sichtbarkeit von Radio FRO, etliche Diskutierende in den Fokusrunden formulierten auch konkrete Empfehlungen.

Zu Beginn ein Überblick von Aussagen zur Sicht- bzw. Unsichtbarkeit von Radio FRO im Stadtraum:

»Ja, ich wohn‘ in Gmunden und geh zwar hier zur Schule, aber so richtig ist mir Radio FRO nicht untergekommen. Aber vielleicht auch, weil ich nicht offensichtlich danach gefragt hab oder so.«¹⁶¹

»Ja, das FRO krebst auf! kenne ich auch.«¹⁶²

»Also ich hab jetzt mal so rumgefragt, wer Radio FRO hört, und es sind wirklich wenige.«¹⁶³

»Für mich ist Radio FRO eher als Kulturinstitution präsent, die Veranstaltungen

159 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 372

160 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 351 ff.

161 Fokusgruppe Frauen Zeile 297 ff.

162 Fokusgruppe Kunst Zeile 76

163 Fokusgruppe Kunst Zeile 248

macht.«¹⁶⁴

»Und man wusste dann durch ‚FRO krebst auf!‘ schon, wer da mitarbeitet, und das war schon eine Einsicht.«¹⁶⁵

»Ich denke auch, dass Öffentlichkeit wichtig ist, und es gibt ja auch noch viele Menschen, die nicht wissen, dass es Radio FRO gibt. Und dadurch wird’s einfach bekannter.«¹⁶⁶

»Vor allem für ein öffentliches Radio ist das sehr wichtig, dass man bei Veranstaltungen einfach sichtbar wird.«¹⁶⁷

»Auch als Vernetzungsplattform. Ich sehe Radio FRO schon als Vernetzungsstelle, wo man immer wieder Leute kennen lernt. Und darum bin ich auch heute hergekommen, weil ich mir gedacht habe, mich freut das, dass ich hier wieder Leute treffe.«¹⁶⁸

Der Auftritt in der Öffentlichkeit soll proaktiv sein. Das geht als eine klare Aufforderung in Richtung Radio FRO. Ein Beispiel: *»Also ich hab’s schon mal erlebt, dass es funktioniert. Ich arbeite ja mit Jugendlichen und da waren wir auf einer Messe mit einem Stand und da war jemand vom FRO dort und hat uns dann gefragt: Dürfen wir eine Sendung machen über euch? Und dann ist er wirklich gekommen nach drei Monaten und hat eine Sendung gemacht über die Produktionsschule. Das war eben für die Jugendlichen sehr klasse, die haben sich auch gefreut, als sie die Sendung gehört haben. Das hab ich eigentlich sehr schön gefunden.«¹⁶⁹*

Auch Workshops werden als zusätzliche Informationsplattform genannt: *»Wo man in den Workshops beispielsweise vermittelt, wie man über mediale Möglichkeiten und Angebote die Inhalte weiter streut und da die Zielgruppe selbst aufbaut und erreicht.«¹⁷⁰*

164 Fokusgruppe Kunst Zeile 16 f.

165 Fokusgruppe Kunst Zeile 62

166 Fokusgruppe Kunst Zeile 342 f.

167 Fokusgruppe Kunst Zeile 345 f.

168 Fokusgruppe Kunst Zeile 356 ff.

169 Fokusgruppe Kunst Zeile 375 ff.

170 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 107 ff.

Konkrete Empfehlungen gab es auch in Richtung Eigenwerbung, Sichtbarkeit und RedakteurInnen in der Öffentlichkeit: *»Ich glaube auch, dass die Eigenwerbung zukünftig wichtiger sein wird. Also einerseits über verschiedene andere Medienkanäle, aber auch andererseits über die Präsenz in der Szene. Und sich ins Spiel zu bringen als möglicher Partner für verschiedene Themen.«*¹⁷¹

*»Das mit dem Gesicht von Radio FRO, das kann ich auch noch unterstreichen. Das ist wirklich wichtig, auch wenn es ein großer finanzieller Brocken ist.«*¹⁷²

*»Potential ist da und dem mehr Sichtbarkeit geben ... also sichtbar werden, ist sicher gut. Und keine Werbung in dem Sinn. Also nicht nur den Flyer am Klo, sondern auch bei Veranstaltungen, dass FRO da mehr sichtbar ist.«*¹⁷³

*»Radio FRO ist dann bei der Veranstaltung und es ist klar, das wird dann und dann gesendet, dann hat man auch gleich vor Ort mehr Aufmerksamkeit, oder? Und das Publikum hört davon oder hört die Sendung und dann ist die Chance, dass die auch weitere Sendungen hören, auch da.«*¹⁷⁴

*»Ich find das sehr wichtig, dass es (Anm.: Radio FRO) auch nach außen geht. Wie ein großer Eye-Catcher, dass dann Radio FRO präsent ist.«*¹⁷⁵

Speziell erwähnenswert ist auch die von Diskutierenden erwähnte Sichtbarkeit in Form einzelner Personen, die nicht nur aus der bezahlten Teamstruktur stammen müssen, sondern auch Programmmachende oder auf eine andere Art Teil von Radio FRO sein können: *»Ja, für mich war es auch so, durch den persönlichen Bezug, dass man die Leute kennt, wenn man sich eine Zeit lang in der Freien Szene bewegt in Linz, da ist für mich Radio FRO schon ein ganz wichtiger Teil davon. Eine Institution, die wichtig ist. Und wo es für mich präsent ist, ist durch Kulturveranstaltungen, beim Festival der Regionen, Radio FRO Fest, ...«*¹⁷⁶

Der Radio FRO Freundeskreis scheint (noch) ein mehr exklusives Dasein zu

171 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 363 ff.

172 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 367 f.

173 Fokusgruppe Frauen Zeile 496 ff.

174 Fokusgruppe Frauen Zeile 498 ff.

175 Fokusgruppe Kunst Zeile 339 f.

176 Fokusgruppe Kunst Zeile 65 ff.

führen. Hier überrascht es, dass trotz Terminlancieren auf der Homepage, der Radio FRO Freundeskreis wenig bekannt ist und entsprechend wenig Feedback von den Befragten kam; auch bei treuen Radio FRO-Hörenden: »Nein, der FRO Freundeskreis sagt mir nichts.«¹⁷⁷ Oder: »Ich habe von einigen anderen erfahren, dass es diesen Freundeskreis gibt, aber so kenne ich ihn auch nicht.«¹⁷⁸

Das Radio FRO Programmheft macht sich allerdings positiv bemerkbar. Die (meisten) Diskutierenden in den Fokusrunden kennen die »FRO-Zeitung«. Sie lesen das Programmheft auch. Über die Zeitung wird gesprochen, sie wird kritisiert, die Lesenden setzen sich in positiver Weise mit dem Inhalt auseinander: »Ja, ich les es sehr kritisch, weil ich auch Schreiberin bin (...) Naja, das ist halt randständig jetzt, aber nachdem ich das stilistische Schreiben studiert hab, da geht's dann um Sachen: Wie kitschig ist das jetzt? Oder von der Formulierersucht her, wie ist das geschrieben. Oder wie strittig ist das Thema und wie polemisch ist es aufgebaut. Ja, knackig muss es sein. Aber zum Teil sind schon gute Schreiber dabei. Und, dass auch immer wieder Künstler schreiben, das hat mir auch gut gefallen, über das Musiktheater, glaub ich. Und das sind dann Perspektiven, die man sonst nicht so oft liest.«¹⁷⁹

»Die Zeitung finde ich sehr spannend. Da werden Sachen kritisch behandelt, über die man sich vorher nicht so viele Gedanken gemacht hat.«¹⁸⁰

»Also ich kenne die Zeitung, wir bekommen sie auch zugeschickt und ich finde sie schon immer recht spannend.«¹⁸¹

»Ich fand es schön, als ich zum ersten Mal diese Radio FRO Zeitung gesehen habe.«¹⁸²

»Ich weiß jetzt gar nicht, wie lange es dieses FRO-Magazin schon gibt. Auch wenn ich kein ignoranter Mensch bin und auch viel unterwegs bin, ist es mir erst vor ein paar Monaten untergekommen. Also ich meine diese Publikation. Da ist

177 Fokusgruppe Migration Zeile 50

178 Fokusgruppe Migration Zeile 52 f.

179 Fokusgruppe Frauen Zeile 333 ff.

180 Fokusgruppe Migration Zeile 62 f.

181 Fokusgruppe Migration Zeile 39 f.

182 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 251 f.

mir wirklich aufgefallen, was für tolle und gute Beiträge da drinnen sind. Ich hab das durchgeschaut und gesehen, da sind ja einige Beiträge drinnen, die mich interessieren. Es ist auch schön gemacht vom Layout her.»¹⁸³

Nur wenigen Diskutierenden scheint das FRO-Magazin kein Begriff zu sein: *»Aber ich bräuchte doch mehr Informationen. Es gibt da diese Zeitung. Vielleicht könnte man die auch ins Studio legen.«¹⁸⁴*

»Ja, schade. Leider kenn ich die FRO Zeitung nicht und muss mir das mal ansehen.«¹⁸⁵ Beziehungsweise scheint manchmal unklar, ob und wie Interessierte das Magazin erhalten können: *»Also ich bekomme täglich E-Mails. Darüber, was geplant wird. Ab und zu höre ich auch Radio FRO (...) Die Programmzeitung bekomme ich nicht.«¹⁸⁶*

Es gilt also das Magazin stärker zu etablieren, im Stadtraum zu verteilen, und nicht nur in Kultureinrichtungen, und noch andere Vertriebswege zu finden: *»Darum habe ich das Beispiel der Zeitung »Der Falter« gebracht. Die war früher eine reine Stadtzeitung, die man in Oberösterreich nie bekommen hätte. Heute kriegst du ihn in jeder Trafik. Die haben es also geschafft. Auch die hatten den Anspruch, über Sachen zu berichten, die in den Mainstream-Medien nicht vorkommen.«¹⁸⁷*

»Viele Leute sind verwöhnt und rechnen damit, dass die Information direkt zu ihnen kommt.« (Anm.: Postzustellung)¹⁸⁸

»Eigentlich kriegt man schon sehr viel mit, wenn man in der Freien Szene unterwegs ist. Also ich hab im Rothen Krebsen gearbeitet und da sind ja die Programmhefte aufgelegt und man schaut sich das dann schon irgendwie durch....«¹⁸⁹

Die klassischen Sujets für die Öffentlichkeitsarbeit wie Flyer, Plakate oder Aufkleber dürfen trotz des Erfolges der Programmzeitung nicht fehlen. Sie sorgen

183 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 435 ff.

184 Fokusgruppe Migration Zeile 185 f.

185 Fokusgruppe Frauen Zeile 127

186 Fokusgruppe Migration Zeile 31 ff.

187 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 249 ff.

188 Fokusgruppe Frauen Zeile 382 f.

189 Fokusgruppe Kunst Zeile 50 f.

für eine Präsenz und Wiedererkennbarkeit. Sie vermitteln auf einen Blick viel Information. An der Sinnhaftigkeit dieser »Papierzettel« kommen zwar bei manchen Zweifel auf: *»Es ist ja ein Informationsüberfluss da. Wir machen das ja auch, flyern, und wenn man dann geht und die versucht aufzulegen, dann liegen da schon hunderttausend andere Flyer. Und ich hab beobachtet, es nimmt sich auch keiner mehr die Zeit, dass er dort steht an einem Flyertisch oder so und sich das genau ansieht, was ihn interessiert.«*¹⁹⁰ Dennoch überwiegt meinungsmäßig das Pro in Bezug auf diese Werbemittel.

Radio FRO scheint in der klassischen Öffentlichkeitsarbeit gut aufgestellt. Einerseits wird das Radio FRO Logo gut gekannt, andererseits fällt Radio FRO durch seine Plakatgestaltung sehr positiv auf:

*»Ich kenn Radio FRO auch schon lange, durch Plakate und so.«*¹⁹¹

*»Wenn man nicht ganz blind durch die Welt geht, sieht man schon viele FRO-Sticker im Stadtraum.«*¹⁹²

*»Ich hab mal in Klaffer im Mühlviertel diese FRO-Aufkleber gesehen.«*¹⁹³

*»Das muss halt gescheit ausschauen. Die Plakate von so einem FRO-Fest, die sind super. Da hab ich mir dann eines davon zu Hause aufgehängt, weil es so super ausgesehen hat! Das heißt ja nicht, dass ich jetzt nicht mehr FM4 höre, aber ... das schaut einfach voll cool aus.«*¹⁹⁴

Die Präsenz von Radio FRO auf Portalen wie Facebook wird zum Großteil als unerlässlich bezeichnet, sowohl für Sendungsmachende, Hörende als auch einfach nur für Interessierte. Sie setzen Radio FRO auf Facebook voraus: *»Also jetzt ist das Internet da. Und zur Informationsverbreitung ist einfach Facebook super, weil so viele Leute da drin sind, und die kann man dann erreichen.«*¹⁹⁵

*»...es wichtig ist, dass Radio FRO auf Facebook vertreten ist.«*¹⁹⁶

190 Fokusgruppe Frauen Zeile 349 ff.

191 Fokusgruppe Frauen Zeile 37

192 Fokusgruppe Frauen Zeile 484 f.

193 Fokusgruppe Frauen Zeile 28 f9.

194 Fokusgruppe Frauen Zeile 307 ff.

195 Fokusgruppe Frauen Zeile 360 f.

196 Fokusgruppe Kunst Zeile 304

»Auf der Facebook-Seite das Programm – das wäre schon gut. Da seh ich dann auf einen Blick, was da kommen kann.«¹⁹⁷

Radio FRO kann im Netz noch benutzerfreundlicher werden. Auf der Homepage und über die Facebook-Seite. Vorstellbar wären kurze Teaser oder Sendungsausschnitte zu den jeweiligen Sendungen über Stream. Auch die bestehende Möglichkeit des RSS-Feed-Abos sollte verstärkt ins Spiel gebracht werden: *»RSS Feed abonnieren (...) Ja, ich glaube, solche Sachen sind zukunftsweisend. Die Erfindungen des letzten Jahrtausends.«¹⁹⁸* Dieser Mehraufwand könnte im Rahmen von FROzine und für Sendungen des Kultur-und-Bildungskanals leichter geleistet werden als von den Sendungsmachenden. Vermutlich wäre auch das Kernteam von FRO hier noch stärker gefordert. Angedacht wurden von den Diskutierenden beispielsweise auch *»Kurze Ausschnitte von Sendungen (...) oder auch auf der Homepage, dass man das anklickt, und dann kann man da kurz Reinhören. Normalerweise fängt die Sendung ja langsam an und dann hört man mal rein ... aber so ist das ein schneller Einblick.«¹⁹⁹*

»Was auch interessant wäre auf Facebook wären ausgesuchte Specials. Vielleicht einmal im Monat? Das ist vielleicht schwierig zum Auswählen in welchen zeitlichen Abständen. Wenn 's was Besonderes ist, auch wenn nur kurze Info dazu auf Facebook zum Reinhören.«²⁰⁰

Summa Summarum gilt es das Internet und seine Verbreitungsmöglichkeiten noch stärker zu nutzen, den positiven Mehrwert der Programmzeitung zu fördern und ihre Verbreitung zu steigern beziehungsweise gezielt – wie bisher – das Haus als Produktionsort zu verlassen und FRO im Stadtraum stärker sichtbar zu machen.

197 Fokusgruppe Kunst Zeile 313 f.

198 Fokusgruppe Kunst Zeile 293 f.

199 Fokusgruppe Kunst Zeile 544 ff.

200 Fokusgruppe Kunst Zeile 534 ff.

2.11 PROGRAMMSTRUKTUR - BESONDERHEITEN, EIGENHEITEN, UNTERSCHIEDE

»Radio FRO ist vielfältig.«²⁰¹

»Ich finde das Programm ziemlich super.«²⁰² In den Fokusrunden gab es interessanterweise wenig Kritik an der Programmstruktur. Dies könnte natürlich auch daran liegen, dass Aufbau und Komplexität ebendieser den wenigsten bekannt ist und durch reines Hören auch nicht als Ganzes erkennbar wird. Es kommt für die Diskutierenden vielmehr darauf an, wie sie pflegen Radio zu hören. Die eine Gruppe mag das Überraschungsmoment beim Radio: »Bei anderen Radiosendern ist das ja eher durchgestylt, zu welcher Uhrzeit was genau laufen soll. Bei Radio FRO ist das immer so ein Überraschungsmoment.«²⁰³

»Es kommt darauf an, was man hört und wann man einschaltet. Es ist ja nie das Gleiche, man hört ja immer jemand anderen.«²⁰⁴

»Das finde ich auch gut, dieses Überraschende (...) Aber ich muss das eben erst kennen lernen, das ist der Wert des Radios, den man nicht kompensieren kann. Es hat etwas Lebendiges und Unmittelbares.«²⁰⁵

»Zumindest müsste eine gewisse Erwartungshaltung auch gedeckt werden. Das müsste ja nur eine kleine Nische sein. Der Rest des Tagesprogramms kann weiter das Konzept von Radio FRO bleiben mit seinen Überraschungen und Skurrilitäten.«²⁰⁶

»Ich mag am Radio ebenfalls dieses Zufallsprinzip.«²⁰⁷

»Ich höre Radio, weil ich nicht auswählen will.«²⁰⁸

Die andere Gruppe hört Radio wesentlich zielgerichteter. Sie wollen prinzipiell

201 Fokusgruppe Migration Zeile 32

202 Fokusgruppe Migration Zeile 8 f.

203 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 360 ff.

204 Fokusgruppe Migration Zeile 82 f.

205 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 364 ff.

206 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 171 ff.

207 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 389

208 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 381

wissen, was sie im Programm erwartet: *»Aber geht es genau darum, dass man Radio FRO nicht zuhören kann wie anderen Radios. Man muss bewusst hören. Ich schalte nicht einfach per Zufall ein.«*²⁰⁹
*»Ich glaube nicht, dass jemand Radio FRO von früh bis spät hört. Die schalten nur ein, wenn bestimmte Sachen laufen.«*²¹⁰

Die Auseinandersetzung mit der Programmstruktur führte in den Fokusrunden auch zur Frage, welche Menschen angesprochen werden sollen. Das könnte heißen, dass die Programmauslegung besser kommuniziert werden müsste oder auch zielgruppenspezifischer. Darüber hinaus gibt es offenbar ein Bedürfnis nach grundsätzlich mehr Information zum Programm: *»Ich finde, es sollte mehr Information geben und auch, dass man sich besser überlegt, wer ist denn meine Zielgruppe. Wer sollte da Radio machen, wen möchte ich in meinem Programm haben? Also, wenn ich nicht weiß, dass es so etwas gibt, dann kann ich es auch nicht in Anspruch nehmen.«*²¹¹

*»Ich habe jetzt immer von unserer Zielgruppe (Anm.: Gruppe Migration) geredet. Was die brauchen, ist eben mehr Information und trotzdem auch diese Programmauslegung. Was ist das für ein Programm bei Radio FRO und was kann ich da machen? Und gibt es da vielleicht Barrieren oder Grenzen, wo Radio FRO nein sagt? Wo ihr dann sagt, in diesem Bereich ist etwas möglich und da und da eben nicht.«*²¹²

*»Ich glaube, die Stärke liegt wirklich eben im Partizipieren, auf Gruppen konzentrierten Inhalten, auf dem Zugang und dann schon auch in den Themen.«*²¹³
*»Mir wäre es leichter, wenn ich mich mit dem Programm besser auskennen würde. Wann eben was ist.«*²¹⁴

Von Interesse für Radio FRO wäre darüber hinaus, die Option des Open Space viel offensiver zu bewerben, und zwar über unterschiedliche Kanäle, wie über

209 Fokusgruppe Migration Zeile 120 f.

210 Fokusgruppe Migration Zeile 123 f.

211 Fokusgruppe Migration Zeile 224 ff.

212 Fokusgruppe Migration Zeile 235 ff.

213 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 77 f.

214 Fokusgruppe Kunst Zeile 118 f.

einen FRO-Jingle, das Programmheft, online oder auf Facebook. Mit dieser Offensive könnte Radio FRO nicht nur stärker seine Programmstruktur lancieren, sondern auch die Möglichkeit, spontan oder überlegt mal auf Sendung zu gehen, viel deutlicher in die Öffentlichkeit tragen: *»Aber wie ist das denn nun? Es sind ja alle Sendeplätze besetzt und befüllt.«*²¹⁵
*»Und das muss man (Anm.: Sendungs-idee für den Open Space) irgendwie vorstellen – wie wird das dann ausgesucht?«*²¹⁶

Grundsätzlich ist zur Kategorie Programmstruktur anzumerken, dass diese sich am wenigsten von den übrigen Bereichen abgrenzen lässt und daher viele Anmerkungen und Kritiken aus den übrigen Kategorien ebenso auf die Programmstruktur umzulegen oder zurückzuführen sind.

215 Fokusgruppe Kunst Zeile 451

216 Fokusgruppe Kunst Zeile 482

2.12 AUFGABEN UND ANFORDERUNGEN AN DAS FRO-TEAM

»Ich könnte mir ja ganz viele Themen vorstellen, [...] aber ich bräuchte jemanden, der mich da an die Hand nimmt.«²¹⁷

Derzeit besteht das FRO-Team aus zehn bezahlten Mitarbeitenden in den Bereichen Geschäftsführung, Buchhaltung und Controlling, Technik, redaktionelle Betreuung und Organisation, Programmkoordination, Koordination Aus- und Weiterbildung, Öffentlichkeitsarbeit und Projektmanagement. Durch Struktur und Programmaufbau von Radio FRO ergeben sich teils atypische zeitliche und auch spezifische inhaltliche Anforderungen an die einzelnen Positionen.

Grundsätzlich waren die Rückmeldungen aus den Fokusrunden jener Personen, die bereits mit FRO-Mitarbeitenden oder bei FRO selbst etwas gemacht haben, sehr positiv. Punkte, die hier genannt wurden, waren etwa die Begleitung bei Sendungen, die Durchführung von Workshops oder auch als Ansprechpersonen für mögliche Kooperationen. Dennoch sehen sich einige überfordert, wenn es darum geht, die Angebote bei Radio FRO adäquat nutzen zu können: *»Ich könnte mir ja ganz viele Themen vorstellen, wozu ich mit den Studierenden etwas machen könnte, aber ich bräuchte jemanden, der mich da an die Hand nimmt. Also die Schritte einzeln, wie erste Arbeiten, technische Aufbereitung, oder da auch hin und wieder Tricks und Tipps. Also ich weiß, ihr könnt das, aber ich weiß, das ist eine Kapazitätsfrage.«²¹⁸*

Vor allem, wenn es um die Produktion eigener Sendungen oder Beiträge geht, sehen die Diskutierenden eine mögliche Hürde in den technischen Anforderungen, die im Studio auf sie zukommen würden: *»Da wäre es eben wichtig, (...) auch eine Begleitung zu haben. Ich war zwar schon Gast in einer Sendung, habe aber selbst noch keine gemacht. D.h. ich tue mir mit der Technik natürlich schwer.«²¹⁹*

»Also ich könnt mir vorstellen, ich würd so gerne geschichtliche Themen bear-

217 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 415 ff.

218 Fokusgruppe Wissenschaft Zeile 415 ff.

219 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 13 ff.

beiten und auch mehr Wissenschaft und so was eben. Die sollte meiner Meinung nach durchaus vom Kernteam betreut sein, das gewährleistet vielleicht auch ein gewisses Niveau. Ich mein, so Sager, wie ‚Du kannst eh gerne deine eigene Geschichte-Sendung machen‘ – das wär’s jetzt nicht für mich. Sondern abwechselnd im Team, das sich gegenseitig befruchtet. Das fehlt mir.«²²⁰

Auch eine inhaltliche Beratung wurde als hilfreich erachtet, dass von Seiten des Teams Anregungen und eventuell auch Vorgaben gemacht werden, was als möglicher Sendeinhalt für die HörerInnenschaft ‚spannend‘ und interessant wäre. Letzteres würde natürlich einen Eingriff in die Gestaltungsfreiheit der Sendungsmachenden bedeuten und müsste gut überlegt sein. Dennoch scheint ein intensiverer thematischer Austausch mit dem Kernteam oder sogar engere redaktionelle Zusammenarbeit mit diesem für manche attraktiv zu sein. Auch das Thema Feedback war Diskussionspunkt in den Fokusrunden: *»Was ich mir wünsche, sind laufende Feedback-Gruppen von Leuten, die schon Sendung machen. Also die es wollen, versuchen besser zu werden durch das Feedback und Rückmeldungen.«²²¹*

Wobei hier nicht nur das Kernteam angesprochen wurde, sondern auch der Austausch mit anderen Sendungsmachenden. Bisherige Initiativen von Seiten FRO, Sendungsmachende auf diese Weise zu vernetzen, waren bisher mäßig erfolgreich bzw. zeit- und energieintensiv. Womöglich ist dies auch eine Aufgabe, die aus der Eigeninitiative der Sendungsmachenden selbst passieren muss, und FRO beschränkt sich hier auf seine Funktion als Ort und Raum.

Die Teamstruktur selbst kam vor allem in der Fokusrunde Migration zur Sprache: *»Da braucht es mehr Migranten von der ersten und zweiten Generation. Weil da gibt es riesige Unterschiede. Für mich wäre das wirklich ein Signal gegenüber der Integrationspolitik. Wenn diese Leute mehr ins politische Herz von Radio FRO hineinkommen, mehr in die Entscheidungsprozesse. Das wäre mein Wunsch.«²²²*

Eine Möglichkeit hier wäre natürlich eine gezielte Zusammensetzung des Ver-

220 Fokusgruppe Frauen Zeile 397 ff.

221 Fokusgruppe Frauen Zeile 166 ff.

222 Fokusgruppe Migration Zeile 218 ff.

einsvorstandes, da der Verein in seiner Selbstdefinition Raum gibt »für offene, lebendige Diskussion über Freies Radio und Freie Medien«²²³ und sich all den spannenden Fragen widmet, »die über den regulären Sendebetrieb hinausgehen«²²⁴. Ebenso könnte auch der TrainerInnenpool entsprechend erweitert werden. Auch im Hinblick darauf, dass Workshops auch anders- oder zweisprachig abgehalten werden könnten.

Aber auch bei den Punkten ‚mögliche Kooperationen‘ und ‚Medienpartnerschaften‘ gibt es nach Ansicht der Diskutierenden Verbesserungsbedarf, der sich konkret an die Team-Mitglieder richtet. *»Netzwerken ist meiner Meinung nach in den letzten Jahren immer nur über Personen gelaufen. Wenn ich also ein Gesicht zu einer Person bei Radio FRO habe und ich weiß, dass die verlässlich ist, die kommt bei Vernetzungen, auf die kann ich mich verlassen, darum geht es. Dann glaube ich schon, es gäbe eine Wechselwirkung von Werbung. Ich glaube schon, dass ihr von Radio FRO da gefordert seid, wie ihr euch da einbringen könnt.«*²²⁵ Es scheint den Diskutierenden in diesem Zusammenhang wichtig zu sein, dass die Institution Radio FRO über die Teammitglieder nach außen sichtbar wird.

223 »Was ist der Verein Radio FRO«

http://www.fro.at/article.php?id=196&ordner_id=20, Download 12.12.2013

224 Ebenda weiter unten

225 Fokusgruppe Zivilgesellschaft Zeile 335 ff.

3. RESÜMEE

Radio FRO, seine SendungsmacherInnen und Öffentlichkeiten

Zusammenfassend lässt sich eine Überkategorie festmachen, die einerseits als Stoßrichtung für sich gesehen werden kann, aber auch stark in alle Bereiche eingewoben ist: Öffentlichkeit. Sie findet sich in jedem der einzelnen Kapitel bzw. in jeder Variablen wieder und subsumiert zugleich die wesentlichsten Punkte, die für zukünftige strategische wie umstrukturierende Maßnahmen von Bedeutung sein könnten.

Grundsätzlich lässt sich nicht von der Öffentlichkeit sprechen, vielmehr handelt es sich um mehrere Öffentlichkeiten, die stark vereinfacht in gesellschaftliche, terrestrische und digitale Öffentlichkeiten unterteilt werden können. Handlungsbedarf ergibt sich laut den Ergebnissen aus den Fokusrunden vor allem in den Bereichen gesellschaftlich und digital. Hier fängt es bereits grundsätzlich mit der Sichtbarkeit an. Wie sichtbar ist Radio FRO als Institution und als Medium im öffentlichen bzw. gesellschaftlichen und digitalen Raum? Werden die vielfältigen Angebote, die sich auf allen vier Partizipationsebenen abspielen, wahrgenommen? Erreichen die Informationen alle jene, an die sie gerichtet sind?

In Bezug auf die gesellschaftliche Öffentlichkeit handelt es sich zum einen um Angebote der Ausbildung, der Teilhabe und der aktiven Mitgestaltung. Gerade der Ausbildungsbereich und das Workshopangebot scheinen hier noch einiges an Potenzial zu bieten. Vor allem unter dem Stichwort »Media Literacy«, das in vielen Diskursen und nationalen wie europäischen Projekten im Mittelpunkt steht, können Radioworkshops und Lehrredaktion zur Medienkompetenzbildung positiv beitragen. Es gilt also einerseits die Angebote entsprechend der Zielgruppen zu gestalten und andererseits natürlich dieses Angebot auch zielführend zu »bewerben«, sprich die Öffentlichkeit zu informieren. Workshops sollen aber auch weiterhin der Aus- und Weiterbildung der Programmmachenden dienen. Ihre »Qualitäten«, Fähigkeiten und Entwicklungen erreichen letzten Endes doch wieder genau jene Öffentlichkeiten, die als FRO-Hörende und FRO-Interessierte erreicht werden sollen.

Zum anderen sind es die Angebote von Radio FRO als Medienkooperationspartnerin und als Anbieterin von diversen Angeboten über das Sendeprogramm hinaus. Hier sollte das Profil gestärkt werden, um so deutlicher zu machen, welche Kompetenzen, Stärken und Möglichkeiten Radio FRO »anbieten« kann. Zugleich muss aber auch die personelle Struktur dahingehend gegeben und vorbereitet sein. Dies gilt ebenso für alle anderen Angebote, die Radio FRO innerhalb und außerhalb der Räumlichkeiten anbietet.

Hervorzuheben ist in diesem Kontext der in den Diskussionsrunden öfter geäußerte Wunsch nach einer zuverlässigen Ansprechperson bei Radio FRO, die Auskunft und Unterstützung anbieten kann in den unterschiedlichen Belangen rund um Sendungsmachen, um das Nutzen von Angeboten oder das Eingehen von Medienkooperationen.

Die digitale Öffentlichkeit ist jene, die in den letzten Jahren am stärksten an Bedeutung gewonnen hat. Die Webseite einer Institution ist oft der erste Eindruck, den Informationssuchende gewinnen. Informationen müssen in Hinblick auf jene, die damit erreicht werden sollen, adäquat aufbereitet sein. Klarheit, Niederschwelligkeit und Mehrsprachigkeit sind nur drei der Punkte, die diesbezüglich in den Fokusrunden zur Sprache gekommen sind. Soziale Medien und andere Austauschplattformen erweitern den Kommunikationsradius nicht nur um die Generation der »Digital Natives«. Auch die Formen der Informationsverbreitung, -gewinnung und -verarbeitung haben sich um die digitale Dimension erweitert und verändert. Die Studie von Radio FRO zur Potential- und Reichweitenanalyse der Freien Radios & TV-Sender 2010/2011 ergab zwar, dass zu diesem Zeitpunkt nur rund 18% der Befragten Radio FRO bisher über Internet konsumiert hatten, dennoch lassen die Ergebnisse aus den Fokusgruppen eine Tendenz in Richtung Steigerung vermuten. In diesem Punkt ist vor allem das Team von Radio FRO angesprochen, die digitale Identität von Radio FRO zu schärfen. Die digitalen Angebote müssen zudem auch bekannter werden. So etwa das Cultural Broadcasting Archive, dessen Bekanntheitsgrad – den Forschungsergebnissen nach – nicht den Möglichkeiten, die es bietet, entspricht.

Was die terrestrische Öffentlichkeit betrifft, die HörerInnenschaft von Radio

FRO, so geht jedem konkreten Schritt in Richtung Strukturänderung wohl die Grundsatzdiskussion voran, inwieweit HörerInnenzahlen Einfluss haben dürfen auf eine Programmstruktur, die grundsätzlich frei von ökonomischen Zwängen oder Zielen sein soll. Allerdings – was auch die Ergebnisse der Fokusrunden gezeigt haben – lässt sich eine solche Auseinandersetzung nicht grundsätzlich mit dem Verweis auf die Grundsätze der Freien Radios vermeiden. Denn eine potentielle HörerInnenschaft ist nicht nur Anreiz für Produzierende, sondern auch ein notwendiges Gegenüber, wie es der Natur des Mediums Radio entspricht. Die Frage wird wohl sein, inwieweit Hörende von vorneherein in Überlegungen und Maßnahmen mitgedacht werden und welchen Stellenwert deren Ansprüche, Wünsche und Hörgewohnheiten gegenüber den Interessen, Produktionsweisen und Ressourcen der Programmmachenden haben. Oder anders gesagt: Wie weit müssen die Struktur des Programms, seine Inhalte und Sendequitäten nach einer potentiell größeren Hörerzahl ausgerichtet werden und – was diese Überlegung ebenso impliziert – sich möglicherweise in ein Konkurrenzverhältnis zum Angebot anderer Medien stellen?

...und noch ein wenig politische Zukunft?

Die politische Positionierung – sofern diese für die Diskutierenden überhaupt von Bedeutung war – wurde in den Fokusrunden eindeutig im linken Spektrum verortet. Gleichzeitig stellte sich durchaus auch die Grundsatzfrage, ob dies für ein Medium überhaupt von Relevanz ist bzw. als Charakteristikum hervorgehoben werden sollte. Eine Frage, über die die Verantwortlichen entscheiden müssen. Aber abgesehen davon ist Politik natürlich eine Querschnittsmaterie, die sich in sämtlichen Bereichen, Produkten und Tätigkeiten von Radio FRO widerspiegelt.

Dennoch sollte unter dieser Überschrift ein Stichwort nicht unerwähnt bleiben, das zwar nicht konkret in den Fokusrunden zur Sprache gekommen ist, aber in der Diskussion dazu aufgetaucht ist: das Grundeinkommen. Über das Grundeinkommen wird in den letzten Jahren mehr oder weniger intensiv diskutiert und eine Auseinandersetzung von Seiten der Freien Medien könnte die Chance mit sich bringen, in einem sozialpolitischen und zukunftsorientierten Diskurs

eine wesentliche gestalterische Rolle zu spielen. BefürworterInnen betonen unter anderem ja, dass ein bestimmtes Grundeinkommen auch die Bereitschaft für freiwillige Tätigkeiten erhöhen kann. Das Programm der Freien Radios wird fast ausschließlich von Freiwilligen unentgeltlich gestaltet. Könnte also ein gewisses fixes Einkommen auch die mediale Partizipation bei Freien Medien fördern? Analog dazu wurde in einer der Fokusrunden von einer Art Taschengeld gesprochen, das Menschen mit wenig Einkommen das Sendungsmachen attraktiver machen könnte bzw. es ihnen überhaupt erlauben würde, ihre Zeit dafür zu verwenden. Im Zuge dessen kann (oder vielleicht sogar muss) auch über eine mögliche Sozialversicherung nachgedacht werden, dass also RadiomacherInnen während ihrer freiwilligen Tätigkeit auch sozialversichert sein sollten.

Wie auch andere klassische Freiwilligenarbeit bedarf die Freie Radioarbeit in ihrer Eigenart als freiwillige Tätigkeit zudem einer Aufwertung, einer Sichtbarmachung ihrer gesellschaftlichen Bedeutung im Hinblick auf Demokratie, Meinungsbildung und Informationspolitik. Auch daran müssen die Freien Medien weiterhin arbeiten. Aber nicht nur, um die selbstgestellten Ideale zu erfüllen, sondern vor allem, um den Bestand der Freien Radio- und Medienarbeit auch in Zukunft sowohl finanziell als auch personell und inhaltlich sicherzustellen.

Sichtbarkeit von gesellschaftspolitischen Positionen bei Radio FRO

Wer ist Radio FRO? Welche Sendungsmacherinnen und Macher stehen hinter dem Medium und inwieweit sind den SendungsmacherInnen und der befragten HörerInnenschaft von Radio FRO diese Strukturen bekannt? Allgemeine Radiotestergebnisse geben selbstverständlich darüber Auskunft, jedoch mehr auf der faktischen Ebene. Die inhaltliche Ausrichtung bleibt dabei nur indirekt berücksichtigt, etwa im Sinne der Selbstpräsentation, »wie Inhalte ankommen«.

Die befragten Hörerinnen und Hörer sehen Radio FRO in der Regel freilich in einer Nische verortet, was hauptsächlich seiner nicht-kommerziellen Ausrichtung geschuldet ist, dh., es herrscht ein Bewusstsein darüber, dass Radio FRO eine Alternative zum Medienmainstream bietet. Das ist nun auch keine Überraschung, allerdings ist diese Position nicht unproblematisch. Es tauchten Fragen auf: Wer

hört Radio FRO und zahlt sich mein gesellschaftspolitischer Aufwand aus, wenn ich auf Sendung gehe? Es bestehen hier Vorbehalte, weil die Unsicherheit, wenn man on Air mit den eigenen Inhalten überhaupt erreichen würde, von manchen Befragten doch als Defizit erlebt wird. Das an manchen Stellen formulierte Unbehagen, ob sich das eigene Sendungsmachen sozusagen »rechnet«, erinnert an das sprichwörtlich so Dahingesagte »Zeit ist Geld«.

Radio FRO hat als Teil der dritten Säule in der Medienlandschaft andere Qualitätsmerkmale als die Öffentlich-Rechtlichen und Privaten. Die Informationen sind im Freien Radio auf Grund der Situation der Sendungsmachenden teilweise sehr konkret, es werden weniger Mehrheitsmeinungen lanciert, sondern spezifische Interessenslagen kommuniziert. Sie können beispielsweise über die unterschiedlichen sozialen Gruppen erklärt werden: Senioren, Jugendliche, MigrantInnen aus Ost-Europa oder aus einem afrikanischen Staat, die ihre HörerInnen mit exklusiven Inhalten versorgen. Andererseits spielen Mitgestaltungsmöglichkeiten und der regionale Bezug eine Rolle, die von den Radio FRO HörerInnen als positives Qualitätsmerkmal beschrieben werden und die Radio FRO erst als Informationsquelle qualifizieren. Inwieweit Radio FRO von den Befragten als klassische Informationsquelle verwendet wird, hängt zudem stark davon ab, wie Hörgewohnheiten sozialisiert sind (Begleitmedium, Digital Natives, gezielte Suche nach Inhalten etc.).

Ein Kennzeichen von Radio FRO ist die bereits erwähnte Möglichkeit zur Mitgestaltung: Communities werden nicht nur mit einem für sie adäquaten Inhalt angesprochen, zum Beispiel in der »richtigen« Sprache. Communities schließen sich durch das Radio zusammen. Doch gerade Gruppen, deren zentrales Identifikationsmerkmal die »Fremdsprache« ist, stehen vor gewissen Hürden, was das Radiomachen betrifft. Mehrsprachigkeit ist im Radio nicht nur mit linguistischen Herausforderungen verbunden, es fehlt nach Ansicht etlicher Befragter auf gewissen Ebenen die Möglichkeit einer differenzierten Darstellung der Sendungen, beispielsweise im Programm, auch auf der Homepage. Die Inhalte und Ausrichtung der einzelnen Sendungen könnten besser kommuniziert werden; anderssprachige Sendungen brauchen mehr Unterstützung bei der Darstellung ihrer Inhalte, um es ihrer potentiellen HörerInnenschaft nicht

zu schwer zu machen, an Informationen zu den Sendungen zu kommen.

Radio FRO wird als Türöffner für politische Inhalte gesehen. Das ist gut und schön, jedoch könnte Radio FRO einerseits der eigenen Politik der Offenheit zu mehr Popularität verhelfen, denn es ist spannend, demokratische Prozesse und Diskussionen (aushalten) zu lernen. Dieser Anspruch wurde von manchen Befragten so formuliert (Diskussionen über einschlägig linke und rechte Positionen fanden die Befragten dabei entbehrlich). Vom Nebeneinander differenzierter Meinungen lebt das Radio, auch wenn Radio FRO eine klare (linke) Politik im Allgemeinen vertritt, darin sind sich die Befragten einig. Es kam zudem das Plädoyer für die Unabhängigkeit des Senders auf, diese sollte offener nach außen getragen werden. FRO kommt seinem politischen Auftrag nach, wenn es in öffentlichen Diskursen stärker mitmischet. Die Inhalte soll Radio FRO proaktiv gestalten, im Stadtraum und virtuell im Netz. Auf einigen Ebenen funktioniert das ausgezeichnet und hat recht positive Resonanzen gezeigt: beim Programmheft, von LeserInnen »FRO-Zeitung« genannt; auch in der ästhetischen Handschrift. Radio FRO hat durch die Wiedererkennbarkeit und den kritischen Journalismus (Programmheft) an Profil gewonnen. Und Radio FRO in seiner Rolle als Türöffner? Dazu wünschen sich SendungsmacherInnen eine Teamstruktur, wo die AnsprechpartnerInnen bekannt sind und die in öffentlichen Diskussionen mitmischen. In der Öffentlichkeit sind sie für eine HörerInnenschaft ein wichtiger Multiplikator für die Sichtbarkeit des Senders. Im eigenen Haus wiederum sind solche AnsprechpartnerInnen aus dem Team oder durch Personen, die eng mit FRO vernetzt sind, wichtig, um (auch potentielle) SendungsmacherInnen fördern zu können.

—> Mag. Daniela Fürst ist Kultur- und Mediensoziologin, freie (Radio-)Journalistin und arbeitet seit Jahren für das Literaturportal »literadio«. Schwerpunkt ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit ist die Rezeption und Anwendung von Audioproduktionen in den Bereichen Bildung, Kunst und Wissenschaft.

—> Mag. Pamela Neuwirth studierte Soziologie in Wien und Linz. 2008 Eduard Ploier-Radiopreis der Erwachsenenbildung. Freie Radiojournalistin und Auto-

rin, arbeitet an der Grenze zwischen Kunst und Wissenschaft, aktuell an Faschismus und Architektur, Art Brut und Psychiatrie und künstlerisch an dem Phänomen Zufall und Kryptographie.

EINSICHTEN.

BEITRÄGE
AUS FREIEN
RADIOS

DAS GEFÜHL EINER AUTONOMEN AUTORENSCHAFT, DAS IST ES, WAS MICH AM RADIO FASZINIERT!

Interview mit Ewald Hiebl und Thomas Hellmuth, Salzburg, am 16.12. 2013

von Andreas Wahl

FRO: *Herr Hiebl, Sie beschäftigen sich im Rahmen Ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit unter anderem mit Medien, der Geschichte sozialer Bewegungen und der Geschichte des Radios in Österreich. Zugleich machen Sie aber auch selbst Radio. Warum eigentlich? Als Universitätsangehöriger haben Sie doch sicherlich vielerlei Zugänge zur Öffentlichkeit. Warum gerade Radio?*

Ewald Hiebl: Ich mache schon länger Radio als Wissenschaft. Das hat auch mit den prekären Erwerbssituationen junger WissenschaftlerInnen zu tun. Während ich meine wissenschaftliche Karriere begann, habe ich auch eine journalistische begonnen. Das Verhältnis war lange Zeit etwa 50:50. Derzeit nimmt die journalistische Arbeit einen ganz kleinen Teil ein. Ich möchte sie aber nicht aufgeben, weil ich mit Radiosendungen ein ganz anderes Publikum erreichen kann als an der Universität. Selbst bei Ö1. Angeblich hören das Salzburger Nachtstudio (für das ich derzeit produziere) ca. 40.000 Leute. Das erreicht man als Wissenschaftler so gut wie nie. Es ist die Faszination eines Massenmediums, die einen Wissenschaftler (auch) interessiert. Daraus resultiert – und auch das ist spannend – eine andere Art des Vermittelns und Erzählens. Ich kann in einer Radiosendung nicht den gleichen Weg wählen wie in einer universitären Vorlesung. Hier habe ich es mit einem Massenpublikum zu tun, bei dem ich nicht dasselbe voraussetzen kann wie an der Universität.

FRO: *Sie verstehen sich beim Radiomachen also als Journalist. Nicht als Wissenschaftler, der wissenschaftliche Inhalte eben auch populär vermittelt. Sie machen im Radio also etwas anderes als Wissenschaft.*

Ewald Hiebl: Wenn ich Radio mache, bin ich Journalist. Wissenschaftsjournalist. Ich habe aber auch schon andere Sachen gemacht. Etwa habe ich für Radio Salzburg ein tägliches Rätsel betreut – da war ganz klar, dass ich Journalist bin.

Bei Wissenschaftsjournalismus geht es aber natürlich sehr in Richtung Wissenschaft. Ein guter Wissenschaftsjournalist muss sich auch einlesen und muss den Stand der Wissenschaft kennen. Er bleibt aber Journalist, weil die Vermittlungsarbeit die zentrale Aufgabe des Journalismus ist. Ein Journalist muss mit seiner Arbeit nicht die Wissenschaft vorantreiben, sondern er muss (kritisch) Bericht erstatten über den Stand der Dinge. Es ist eine sehr schwere Aufgabe, gleichzeitig Wissenschaftler und Journalist zu sein. Als Wissenschaftler muss ich sehr hohe Ansprüche stellen, diese kann ich aber als Journalist nicht zu hundert Prozent halten. Ich würde die Leute überfordern und vielleicht auch langweilen. Als Journalist muss ich anders denken und den Wissenschaftler im Hinterkopf auch manchmal loswerden. Als Wissenschaftler lerne ich vom Journalismus, dass ich die Leute nicht immer langweilen muss – auch nicht in der universitären Lehre. Auch wenn die StudentInnen quasi zwangsverpflichtet werden, in manche Lehrveranstaltungen zu kommen, haben sie ein Recht darauf, Inhalte so präsentiert zu bekommen, dass es sie zumindest nicht langweilt. Aber Wissenschaft und Journalismus bleiben zwei unterschiedliche Systeme mit jeweils unterschiedlichen Kriterien. Das Schlimmste wäre, dies vermischen zu wollen.

Thomas Hellmuth: Das ist gar nicht so einfach. Ich bin zur Zeit Mitarbeiter eines historisch-politischen Blogs. Dieser ist in Basel gegründet worden. Ein Kreis von HistorikerInnen hat an einem Workshop - Wie schreibe ich für einen Blog? - teilgenommen. Manche waren wirklich verzweifelt, weil sie es für rufschädigend hielten, plötzlich wie Harald Martenstein in der ZEIT zu schreiben. Wenn man sich die Texte im Blog ansieht, so sind sie oftmals tatsächlich eine Mischung aus journalistischem und wissenschaftlichem Text. Es gelingt manchen nicht, sich von wissenschaftlichen Textsorten zu lösen und zu einer pointierten, zum Teil auch etwas undifferenzierten Darstellung zu finden. Diese ist aber ganz wichtig. Es geht nicht darum alles Mögliche abzuwägen, sondern Meinungen pointiert darzustellen. Das gelingt oftmals nicht. Das ist ohne Zweifel ein Problem, wenn man vom Wissenschaftler zum Journalisten mutieren möchte.

Zu viel Respekt kann es gar nicht geben

FRO: *Eine Fokusgruppe unserer Untersuchung war auch die Gruppe der Wis-*

sensproduktion und Wissensvermittlung. Die waren aber relativ unzufrieden mit Radio FRO, weil sie die Erfahrung gemacht haben, dass InterviewerInnen von Radio FRO zu viel Respekt vor der Wissenschaft hatten und es nicht wagen kritisch nachzufragen. Dadurch würden sie nicht das Wissen abrufen, das ihrE InterviewpartnerIn bei entsprechendem Nachfragen aufbieten könnte. Ich befürchte aber, dass die InterviewerInnen nicht genügend Zeit in die Vorbereitung investiert haben.

Was würden Sie sich von jemandem wünschen, der Sie zu Ihrer Forschung interviewt? Was wäre der Idealfall?

Thomas Hellmuth: Sie/er sollte informiert sein, was ich überhaupt geschrieben habe und worüber ich forsche. Viele JournalistInnen – nicht nur die aus den Freien Radios, sondern durchaus auch vom ORF – lesen sich schnell ein und dann werden die Fragen gestellt. Auch beim ORF finden wir ähnliche Probleme. Die Fragen sind oftmals sehr oberflächlich und es wird kaum nachgehakt. Oft wird etwas gesagt, bei dem man sich als HörerIn denkt, das kann nicht so stehen bleiben, da muss man einhaken, da muss man weiterfragen. Es wird aber einfach zur nächsten Frage weitergegangen, was wohl nicht zuletzt an der unzureichenden Vorbereitung liegen mag. Für HörerInnen ist das sehr unbefriedigend. Für den/die Interviewte/n kann Nachfragen natürlich auch unangenehm werden, aber so stelle ich mir Radio vor – vor allem Wissenschaftsradio: Dass man in die Tiefe geht und nicht nur an der Oberfläche bleibt.

Ewald Hiebl: Um auf die von Ihnen zitierte Aussage zurückzukommen. Ich meine, zu viel Respekt kann es gar nicht geben, wenn man »Respekt« richtig definiert. Respekt hat meines Erachtens auch damit zu tun, dass ich mich mit dem Gegenüber auseinandersetze. Dass, wenn ich jemanden interviewe, ich mich zuvor informiere, wo er oder sie ExpertIn ist. Respektlos ist es, wenn ich einfach das Mikrofon einschalte und »reden Sie einmal« sage. Ich habe das als Wissenschaftler schon erlebt! Da kommen Leute und man hat sich vorher auf ein Thema geeinigt und es werden ständig Fragen gestellt, zu denen ich nichts wissen kann, weil ich noch keine einzige Zeile darüber geschrieben habe. Wenn man sich die Literaturliste ansieht oder die zwei, drei relevanten Texte zum Thema, dann wäre klar, zu was man sich von mir fundierte Aussagen erwarten kann. Und als Wis-

senschaftler ist man natürlich vorsichtig. Ich werde nicht anfangen irgendetwas zu erfinden oder zu mutmaßen, wenn ich damit rechnen muss, dass das in zwei Wochen im Radio ausgestrahlt wird. Der Respekt der/s Journalistin/en sollte darin bestehen, dass ich mich entsprechend vorbereite. In der Interviewsituation kann es dann sehr unterschiedlich sein. Oft muss man akzeptieren, dass es unter den JournalistInnen Typen gibt, die einfach nicht so forsch sind. Das halte ich persönlich für sehr sympathisch. Ein/e inquisitorische/r InterviewerIn wird auch nicht viel herausbekommen. Zumindest nicht in der Wissenschaft. Bei PolitikerInnen als InterviewpartnerInnen ist das oftmals anders, hier ist die Kontrollaufgabe des Journalismus stärker zu betonen. Aber wenn ich eine/n WissenschaftlerIn interviewe, bringt es nichts, hier in einen persönlichen Konflikt zu gehen. Aber ich sehe das wie Thomas, Vorbereitung ist unumgänglich. Und eines muss man auch sagen, bei den kommerziellen Medien ist es oftmals noch viel schlimmer. Wir bekommen E-Mails mit Fragen wie »Gibt es bei euch irgendjemanden, der uns drei Minuten etwas über Napoleon erzählen kann?«. Natürlich, dass kann jede/r von uns. Da liest man sich vorher den Wikipedia-Artikel durch, redet drei Minuten darüber und im Fernsehen können sie dann »Universität Salzburg« einblenden oder es beim Radio irgendwie aufblasen, damit Autorität entsteht. Aber das bringt ja nichts – da kann ich gleich aus Wikipedia zitieren. Was ich mir erwarte, wenn ich interviewt werde, ist, dass zumindest die relevanten Texte quergelesen wurden. Und nicht dass jemand einfach sein Aufnahmegerät hinstellt und sagt: »Fangen Sie einmal an«. Und das geschieht auch bei Qualitätsmedien.

Thomas Hellmuth: Wenn man gut eingelesen ist, kann man auch kritische Fragen stellen. Denn dann kennt man auch die vielen Perspektiven, die ein Thema aufwirft. Und wenn der/die Interviewte nur eine Perspektive bietet, kann man nach den anderen Perspektiven fragen. Wenn ich aber nichts darüber weiß, bin ich dem/der Interviewten ausgeliefert.

FRO: *Es gibt aber eine Gegenposition - vielleicht ist es aber auch nur eine Schutzbehauptung der Medien – die besagt, dass, wenn ich relativ unbeleckt zu einem Interview gehe, ich mein Gegenüber dazu animiere mir die Dinge so darzulegen, wie es die HörerInnenschaft, die sich ja auch nicht eingelesen hat,*

auch auf Anhieb verstehen kann. Der/Die InterviewerIn quasi als RepräsentantIn der HörerInnen.

Thomas Hellmuth: Ich glaube, das kommt auf das Format an. Wenn ich zu bestimmten Punkten Informationen will, dann brauche ich mich nicht im Vorfeld sehr intensiv damit auseinanderzusetzen. Da geht das. Wenn ich aber ein differenziertes Gespräch haben will, dann muss ich mich damit auseinandersetzen. Das wäre wie ins Theater zu gehen und sich ein Stück von Brecht oder Botho Strauß anzusehen und zuvor zu sagen (*spricht blasiert*) »Ich gehe immer ins Theater ohne Vorbereitung und ohne irgendetwas gelesen zu haben, denn ich will die Eindrücke unverfälscht auf mich wirken lassen.«. Das kann es nicht sein! Da werde ich vieles nicht verstehen. Ähnlich verhält es sich, wenn ich eine/n WissenschaftlerIn interviewe. Wenn ich da etwas Differenziertes haben will, dann muss ich etwas wissen. Wenn ich nur bestimmte Informationen haben will, dann reicht es, sich diese abzuholen. Dagegen ist dann auch nichts einzuwenden. Dann ist es eben Aufgabe der/des Interviewten, das pointiert darzustellen und auf den Punkt zu bringen.

Ewald Hiebl: Ich kann der Haltung, dass die/der InterviewerIn in der Vertretung der HörerInnenschaft kommt, sehr viel abgewinnen. Das heißt aber nicht, dass ich mich nicht vorbereiten muss. Ich muss aber – obwohl ich mich vorbereitet habe – Fragen stellen, die keinen Fachdiskurs eröffnen. Das Schlimmste ist, wenn die/der JournalistIn der/dem WissenschaftlerIn beweisen will, wie klug und gebildet sie/er ist. Dann wird es ein akademischer Fachdiskurs, der die HörerInnen oft nicht mehr interessiert. In der Fragestellung muss ich überlegen, wer das Zielpublikum ist. Einfache, vordergründig »naive« Fragen sind da oft die besten. Wenn ich eine breite Zielgruppe haben will, dann muss ich meine Fragen auch für diese stellen.

Wenn jemand kommt, um mich als Wissenschaftler zu interviewen, dann will ich schon Fragen haben, die sich auf das beziehen, was ich bisher zu dem Thema gemacht habe. Die Gefahr eines Expertendiskurses ist aber immer da. Und wenn es passiert, dann muss man es erklären. Es ist dann Aufgabe der/des JournalistIn die notwendigen Erklärungen und Hintergrundinformationen zu liefern, damit man dem Expertendiskurs folgen kann. Es ist ja alles erklärbar – wenn man die Zeit hat.

Autonome AutorInnenschaft

FRO: *Nochmals zurück zu Ihrem eigenen Radiomachen. Was ich verstanden habe, ist, dass Sie Radio machen, weil Sie es eben können und weil Sie es schon gut 20 Jahre machen. Aber Sie werden sich doch sicher überlegt haben, was Radio kann und was es nicht kann, wo seine Grenzen sind.*

Ewald Hiebl: Eine große Frage! Ich bin ein begeisterter Anhänger des Radios, weil es ein Medium ist, das man im Prinzip alleine gestalten kann, während Fernsehen etwas ist, das sehr stark arbeitsteilig produziert werden muss. Wenn ich ein gutes Bild haben will, brauche ich die Expertise in der Kameraführung usw. Also einmal der ganze technische Aspekt. Bei Radio ist es eigentlich kein Problem, sich alle Fertigkeiten anzueignen, um von der ersten Idee bis zum fertigen Produkt alles selbst zu machen. Das heißt, dieses Gefühl einer autonomen AutorInnenschaft, das ist, was mich am Radio so fasziniert. Das geht bei Film und Fernsehen meines Erachtens in dieser Qualität nicht. Zusätzlich habe ich das Problem der Bebilderung. Ich brauche zu jedem Satz, den ich sage, ein Bild, und wenn es keines gibt, brauch ich trotzdem eines. Das ist vor allem für HistorikerInnen ein großes Problem. Was zeige ich, wenn ich keine Bilder habe? Ich kann den Bildschirm ja nicht zehn Sekunden schwarz lassen und einblenden: »Leider kein Bild«, was aber konsequent wäre. Und dann geht es schon los mit einer zweiten Ebene, die die Rezeption wieder beeinflusst. Wenn ich etwas erzähle über den Bürgerkrieg 1934 und habe gerade kein Bild, dann muss ich mich entscheiden. Zeige ich Tote, zeige ich Kanonen? Wie ich mich entscheide, wird das Gesagte beeinflussen. Das muss ich beim Radio nicht machen, weil die Bilder im Idealfall bei der HörerInnenschaft im Kopf entstehen. Das ist meines Erachtens ein Vorteil in der Wissenschaftsberichterstattung. Ich muss mich um diese Ebene nicht kümmern, sondern kann auf der sprachlichen Ebene bleiben. Natürlich arbeitet das Radio auch mit Bildern. Gutes Radio evoziert Bilder. Kopfkino. In der Sprache bemühe ich mich einerseits um Einfachheit und darum Assoziationen zu wecken. InterviewpartnerInnen werden natürlich auch immer danach ausgesucht, wie gut sie erzählen können, nicht nur nach ihrer Expertise. Aber man kann jede/n SprecherIn so gut hintrimmen, schneiden, putzen (wie man das eben nennt im Jargon), dass sie/er dann eloquent wirkt, aber jemand, der gut erzählen kann, wirkt

noch besser. Das ist der Vorteil gegenüber dem Fernsehen.

Jetzt kann man natürlich fragen, weshalb man keine Zeitungsartikel schreibt, denn in diesem Bereich kann man ja auch alles selbst machen und schickt es an eine Zeitung. Es ist schon die Faszination eines elektronischen Mediums, das mit mehr als gelesenen Wort arbeitet. Man kann im Radio eben schon auch emotionalisieren, Stimmungen erzeugen mit Atmosphäre, Musik und dergleichen. Das ist der Grund, warum ich gerne Radio mache. Ich würde auch gerne einmal einen Film machen, aber das war mir bisher zu aufwändig. Das sieht man auch an Lehrveranstaltungen. Nach einem Semester haben die Studierenden ausreichend Fertigkeiten, um problemlos Audiobeiträge zu gestalten. Bei der Gestaltung von Filmen dauert es deutlich länger.

Radio als Fluchtort vor der Schnelligkeit

FRO: *Die Frage hat natürlich einen Hintergrund. Wir befinden uns im sogenannten Medienwandel. Der digitale Medienwandel ist aber nicht der erste Medienwandel, den wir durchmachen. Immer wieder waren an diese Veränderungen (wie Buchdruck, Film, Fernsehen usw.) Versprechen und Hoffnungen gebunden, endlich breite Meinungs- und Verbreitungsfreiheit erreichen zu können. Und immer wieder wird der Untergang der »alten« Medien prophezeit. Das Radio erweist sich hier als ziemlich zäh, muss sich aber wohl auch verändern und anpassen. Wie kann diese Veränderung aussehen? Einfach nur die eigenen Stärken betonen?*

Ewald Hiebl: Es verändert sich automatisch. Ich habe einmal einen Artikel verfasst, in dem ich mir einfach die Länge einzelner Teile von Radiosendungen angesehen habe. Die Sendungen der 60er-Jahre waren lange Monolithe. Eine fünfminütige Einführung in das Thema. Bei dem von mir analysierten Beispiel hat sie 17 Minuten gedauert. Also eine Vorlesung des Moderators, dann kommt der erste O-Ton. Herbert Marcuse – also ein Highlight – der darf auch 7 Minuten sprechen. Das gibt es heute so gut wie nicht mehr. Weil das Radio auch die Beschleunigung mitmacht. Nicht so schnell wie das Fernsehen, aber auch das Radio macht da mit. Das heißt, wir haben wesentlich kürzere OTs als vor 20 oder 30 Jahren. Hier passt sich das Radio an, weil diese langen Einheiten offensicht-

lich als langweilig empfunden werden. Ich glaube aber, dass auch eine eigene Qualität entstehen kann, wenn man sich Moden ein wenig verweigert. Ich bin Anhänger der These, dass Medienkonsum sehr viel mit Gewohnheiten zu tun hat. Wenn ich ständig Musikradio höre, wo nur kurz und mit mehreren Stimmen gesprochen wird, dann werde ich mich daran gewöhnen und Sendungen mit viel Wortanteil werden mir als anstrengend und langweilig erscheinen. Wenn ich aber diese Art von Sendungen gewöhnt bin, bin ich vom raschen Wechsel kurzer Wortanteile heillos überfordert. Jetzt ist es aber so, dass die Quoten zeigen, dass Ö3 etwa 38% Marktanteil hat und Ö1 etwa 5%. Das heißt, die Mehrheit hört lieber das eine als das andere. Aber es muss für beides Platz sein, man muss nicht jeder Mode nachgehen. Andererseits, wenn man den Sendungsstil der 60er-Jahre heute noch pflegt, wird man die Leute wohl eher verwirren und verstören.

Thomas Hellmuth: Auch die Sprache hat sich verändert. RadiomoderatorInnen sprechen heute anders als vor einigen Jahrzehnten.

Ewald Hiebl: Die Moden wechseln ja. Früher war es üblich die Leute zu begrüßen. Dann war es wieder ganz unüblich. Jetzt kommt man wieder darauf zurück stärker an die HörerInnen zu adressieren. Das hat wahrscheinlich damit zu tun, dass das Gefühl, dass da wirklich jemand sitzt und mich anspricht, sich etwa vom Podcast unterscheiden soll. Also eine Kommunikationssituation, die eine Gleichzeitigkeit des Senders und Empfängers zumindest möglich erscheinen lässt.

Im Grunde habe ich keine Angst ums Radio. Ich habe auch keine Angst um qualitätsvolles Radio. Man muss sich nur davon verabschieden, dass man ausschließlich Massenprogramm machen will. Ich glaube, auch 5% der Bevölkerung sind ein Wert, der rechtfertigt, dass für diese Gruppe Radio gemacht wird. Auch 1% oder 5000 Leute haben es verdient, dass für sie Radioprogramm gemacht wird. Wir publizieren wissenschaftliche Bücher mit einer Auflage von 300 Stück. Da sind 5000 Leute schon sehr viel. Wenn es nur noch das gäbe, was die Mehrheit sich anhören will, dann wäre es ja traurig. Dann würden sich alle Radiosender auf der Welt gleich anhören. Diversität ist eine wichtige Sache und daher wandelt sich Radio und es wird immer wieder unterschiedliche Gestaltungsformen geben.

Thomas Hellmuth (*lacht*): Solange es das Auto gibt, wird es auch das Radio geben. Das sehe ich beim Fernsehen nicht. Aber Autofahren und Radiohören hängen wohl eng voneinander ab.

Ewald Hiebl: Der tägliche Radiokonsum ist noch immer bedeutend höher als der Fernsehkonsum. Allerdings ist Radio ein Nebenbeimedium. Das Fernsehen wird allerdings auch stärker zu einem Nebenbeimedium. Die Leute verwenden den Fernseher auch als Geräuschkulisse oder um das Gefühl der Teilnahme an der Welt zu haben.

Thomas Hellmuth: Radio hat auch die Möglichkeit, mit sehr viel weniger Aufwand diese Konsumentengruppe zu befriedigen. Radio kann auch ein Fluchttort vor der Schnelligkeit sein, die sich im Fernsehen und auch im alltäglichen Leben abspielt. Man lässt sich Zeit für eine Sendung. Im Salzburger Nachtstudio wird ein Thema in 59 Minuten sehr differenziert behandelt. Nicht wissenschaftlich, sondern so aufbereitet, dass es für viele angenehm hörbar ist. Im Fernsehen würde so etwas schon wieder mit vielen Schnitten passieren, Geschichte wird mit Bildern zugepflastert, die Aufsehen erregen. Man denke etwa an die Fernsehsendung »Universum-Geschichte« mit ihren schnellen Schnitten. Im Radio hat man oft die Möglichkeit einfach zuzuhören und längere Passagen anzuhören. Auch das entspricht den Wünschen einer KonsumentInnengruppe. Radio ist da auch günstiger als Fernsehen. Ich kann nicht vom Fernsehen verlangen, zehn zusätzliche Studios einzurichten. Beim Radio geht das leichter.

Ewald Hiebl: Obwohl, heute müsste man ja nicht mehr terrestrisch senden, sondern könnte es auch über das Netz verbreiten. Das ist eine interessante Entwicklung. Das Radio hat als drahtgebundenes Medium begonnen. Die ersten Versuche waren, Radioprogramme über Telefon zu übertragen. Man konnte ein Radioprogramm abonnieren und dieses über Telefon hören. Etwa in den 1890er-Jahren. Danach kam die technische Entwicklung des Funks, also die drahtlose Übertragung von Signalen. Und heute geht das wieder auf die Leitungen zurück, weil man die Funkwellen meist sehr selten braucht. Die Leute bekommen das Programm übers Netz geliefert und über WLAN ist es dann im ganzen Haus zu hören. Radiosenden ist eigentlich viel einfacher geworden. Aber dennoch hat das

terrestrische Radio noch diese Qualität, dass ich unabhängig bin.

FRO: *Freie Radios kommen der Antiquiertheit des Menschen (Günther Anders) sehr viel mehr entgegen als kommerzielle Sender oder das Fernsehen. Das ist eine Qualität, die zusehends auch die Politik zu schätzen beginnt. Es gibt Sendungen, in denen man sich mit PolitikerInnen eine Stunde hinsetzt, um mit ihnen drei Fragen zu diskutieren. Das sind sie oftmals gar nicht mehr gewohnt.*

Brücke zur politischen Bildung

Thomas Hellmuth: Ich glaube, eine ganz wichtige Funktion von Radio ist hier Informationen zu liefern, die in den Zeitzwängen des Fernsehens nicht mehr Platz haben. Da muss man alles sehr schnell auf den Punkt bringen. Oder bei runden Tischen, wo jeder/m nur eine gewisse Zeit zugesprochen wird, wo gewissermaßen ein Boxkampf stattfindet, gewinnen meist diejenigen, die die einfacheren Antworten liefern. Radio, und vor allem Freies Radio, bietet im Gegensatz dazu den Raum, gezielt differenzierte Information zu liefern. Und da schlagen wir auch schon eine Brücke zur politischen Bildung. Hier werden Informationen für Menschen geliefert, die sich informieren wollen.

Ewald Hiebl: Zeit und Platz sind natürlich rare Güter in Massenmedien. Das ist auch bei Zeitungen so, die sich jetzt natürlich mit dem Internet behelfen können, um etwa Interviews in ihrer vollen Länge zu publizieren.

Ich finde das sehr gut, wenn Freie Radios hier Platz bieten, und auch, dass sich PolitikerInnen die Zeit nehmen. Aber im Zweifelsfall, wenn PolitikerInnen die Wahl hätten, eine Stunde in Radio FRO interviewt zu werden oder 20 Sekunden in der Zeit im Bild, dann entscheiden sie sich sicherlich für die Zeit im Bild. Die Politik denkt einfach so oder muss so denken. Andererseits ist ein Interview in einem Freien Radio sicherlich mindestens so viel wert wie eine extrem gut besuchte Wahlveranstaltung. So viele Menschen bekommt man nie in einen Saal. Und ich habe die Zeit zu vertiefen, zu erklären und vielleicht auch die Zeit Meinungen zu ändern.

Thomas Hellmuth: Für die SendungsmacherInnen im Freien Radio ist so eine

Stunde natürlich auch eine große Herausforderung, wenn es nicht seichtes Geplauder werden soll. Das ist eine hohe Verantwortung.

Aha-Effekt der eigenen Medienproduktion

FRO: *Die Freien Radio sind in den 1990ern mit dem Anspruch »Freie Meinungsäußerung in einem Massenmedium für alle« aufgebrochen. Mit der Entwicklung des Internets ist diese Forderung zu einem großen Teil eingelöst. Jede/r mit Internetzugang kann heute sehr niederschwellig in einem Massenmedium publizieren. Das also kann nicht mehr das Alleinstellungsmerkmal Freier Radios sein. Dies verschiebt vielleicht das Gewicht mehr zu anderen Aufgaben Freier Radios, nämlich die, Menschen an Medien heranzuführen, sie zu schulen und sie in ihrem Radiomachen zu begleiten. Bei dieser Aufgabe gibt es meines Erachtens interessante Schnittmengen zum »Österreichischen Kompetenzmodell Politische Bildung« aus 2008, das Sie, Herr Hellmuth, mitentwickelt haben. In diesem Modell werden vier Kompetenzfelder genannt: Politische Urteilskompetenz – also selbstständig politische Urteile treffen zu können und die anderer zu hinterfragen, politische Handlungskompetenz – also sich im »politischen Feld« zu bewegen und handeln zu können, politikbezogene Methodenkompetenz – quasi Dekonstruktions- und Konstruktionskompetenz sowie politische Sachkompetenz – die Fähigkeit, politische Kategorien und Begriffe zu verstehen und anwenden zu können. Sie werden es vielleicht nicht glauben, aber das erinnert sehr an die Lehrredaktion von FRO. In dieser vermitteln wir jährlich zwölf Personen radio-journalistisches Handwerk.*

Von einem ähnlichen Geist ist ja auch das von Ihnen initiierte »Masterstudium Politische Bildung« an der Johannes Kepler Universität beseelt. Sehen Sie hier ebenfalls Schnittmengen, bzw. kann politische Bildung eine Aufgabe Freier Radios sein?

Thomas Hellmuth: In diesem Masterstudium haben wir den Medien nicht zufällig großen Raum eingeräumt. Eine Lehrveranstaltung ist praxisorientiert, da wir Radio machen, und eine andere liefert die theoretisch-historische Auseinandersetzung mit Medien. Aber zum angesprochenen Kompetenzmodell: Es handelt sich dabei um ein Modell von vielen, die für die politische Bildung entwickelt

wurden, das österreichische unterscheidet sich vom gängigsten deutschen Modell durch die Sachkompetenz. Diese Kompetenz hat man auch deshalb hineingenommen, um sich vom deutschen zu unterscheiden. Hier wird gewissermaßen ein »politisches Cordoba« ausgetragen. Abgesehen von dieser Konkurrenzsituation ist aber der hinter all diesen Modellen liegende Gedanke klar: Man soll, auf Grundlage seiner Methodenkompetenz, selbst politische Urteile bilden können. Man soll Statistiken lesen können, sich von diesen nicht manipulieren lassen, man soll Medienanalysen machen, sich mit »Texten« im weitesten Sinn auseinandersetzen können. Unter »Text« sind auch Bilder, gesprochenes Wort usw. zu verstehen. Die Entwicklung von Kompetenzen kann vom Radio, und vor allem vom Freien Radio, abgedeckt und angeboten werden. Vor allem, wenn man ohnehin auch die Medienbildung forciert. Hier wäre auch die Zusammenarbeit mit Schulen sehr sinnvoll. Schüler können etwa zu politischen Aspekten oder auch anderen Themen Radiosendungen machen. Damit würde Medienbildung betrieben und Medienkompetenz erzeugt. Das wäre die eine Ebene, dass man Handlungskompetenz besitzt und aus dieser Kompetenz heraus auch Urteils- und Analysekompetenz entwickelt. Die andere Ebene ist, dass Freie Radios differenzierte Informationen liefern, auf deren Basis die HörerInnenschaft sich ein Bild zum jeweiligen Thema machen kann. Warum macht die Regierung dieses oder jenes? Warum schlägt die Politik einen bestimmten Weg ein? Usw.

Diese beiden Ebenen muss man unterscheiden. Auf der einen Seite haben Radios, insbesondere Freie Radios, die Aufgabe differenzierte Informationen zu bieten, eine breite Plattform, auf der zahlreiche Möglichkeiten und Zugänge bestehen. Auf der anderen Seite können sie auch Handlungs- und Medienkompetenz fördern, indem Lernende eine eigene Radiosendung gestalten. Das ist eindeutig politische Bildung in einem weiteren Sinn.

Ewald Hiebl: Es gibt ja das ganz bekannte Konzept der Medienkompetenz von Dieter Baacke, das aus vier Teilen besteht, und einer davon ist Medienproduktion. Hier geht es nicht nur darum, dass man lernt, wie Medienproduktion geht, sondern es steht tatsächlich dieser Aha-Effekt im Mittelpunkt, durch die selbständige Produktion auch die rezeptive Nutzung des Mediums völlig zu verändern, weil man auf Aspekte aufmerksam gemacht wird, die einem bislang entgangen sind. Ein Aspekt ist etwa Macht. Ich habe ja eine sehr große Macht Sachverhal-

te darzustellen, weil ich in einem Massenmedium ein Monopol habe und nicht untergehe in den vielen Stimmen. Wenn ich einen Blog mache, konkurriere ich mit Hunderttausenden. Aber bei Radio FRO sende zu der Zeit nur ich – und ich erzähle die Geschichte eben so und nicht anders. Noch deutlicher wird es bei den großen Nachrichtensendungen populärer Medien. Wie eine Geschichte erzählt wird, ist eine große Verantwortung. Daher sind JournalistInnen auch an gewisse Kriterien gebunden. Ich will jetzt nicht von Wahrheit sprechen, weil das ein problematischer und moralisch so hoch beladener Begriff ist, aber ich muss darauf achten, welche Informationen ich vermittele und wie ich sie vermittele. Auch bei Lehrveranstaltungen machen die Studierenden immer wieder die Erfahrung, dass sie Medien anders wahrnehmen, wenn sie selbst Beiträge produziert haben.

Thomas Hellmuth: Noch augenfälliger ist es im Fernsehen. Das ist aus meiner Sicht ja kein Informationsmedium, sondern ein Unterhaltungsmedium. Im Fernsehen muss etwas passieren, Fernsehen braucht Dramaturgie! Ansonsten schalten die Zuschauer einfach ab. Das Zusammenwirken von Bild und Information, der Aufbau, das alles dient dazu die Menschen auch zu unterhalten. Und damit verfälsche ich natürlich den Informationsgehalt. Als mündiger Medienkonsument sollte ich das erkennen, und erkennen werde ich es dann, wenn ich selbst einmal eine Sendung gemacht habe. Dann kann ich so einen Beitrag sehr viel leichter analysieren.

FRO: *Ich möchte nochmals zurück zum »Österreichischen Kompetenzmodell Politische Bildung« und zum Linzer Masterlehrgang. Das Kompetenzmodell wurde ja für Schulen entwickelt – enthält also Lernziele für Schülerinnen und Schüler. Soweit ich das verstehe, wurden beim Masterlehrgang ähnliche Zielsetzungen gesetzt. Wird hier ein Konzept gleichermaßen für Jugendliche und Erwachsene verwendet?*

Thomas Hellmuth: Der Linzer Lehrgang war im Grunde als reiner Fort- und Weiterbildungslehrgang gedacht, den sowohl LehrerInnen als auch JuristInnen, PolitikerInnen – also alle möglichen Berufsgruppen – absolvieren. Die Professionen der Teilnehmenden waren bzw. sind auch immer sehr breit gestreut: sehr viele LehrerInnen, aber auch SoziologInnen, JuristInnen, PolitologInnen, Wirt-

schaftswissenschaftlerInnen usw., die sich neben ihrer Ausbildung auch noch zusätzlich mit politischen Fragestellungen, mit politischer Bildung auseinandersetzen wollten.

Allerdings war das Masterstudium in Linz sehr stark auf Lehrerinnen und Lehrer zugeschnitten. Das hängt damit zusammen, dass ich selbst LehrerInnen ausbilde und auch lange Zeit selbst Lehrer war. In den letzten Jahren scheint das Masterstudium nun stärker auf die Erwachsenenbildung hin orientiert zu werden.

Soweit ich es überblicke, gibt es in Österreich kein Kompetenzmodell für Politische Bildung in der Erwachsenenbildung. Allerdings scheint es mir relativ klar, was ein solches beinhalten müsste: Die Fähigkeit, über politische Sachverhalte urteilen zu können, Handlungskompetenz soll trainiert werden, Partizipationskompetenz soll auf Grundlage von Urteilskompetenz und Methodenkompetenz entwickelt werden. Daher haben wir das Studium auch an das vorhandene Kompetenzmodell angelehnt.

FRO: *Was sich aus meiner Sicht bei Erwachsenen stark anbieten würde, ist, ausgehend von ihrer eigenen Lebensrealität, auf die Gesellschaft zu blicken. Also ähnlich wie in der »Grabe, wo du stehst«-Bewegung, in der sich Menschen mit der Verbindung zwischen Regionalgeschichte und ihrem gegenwärtigen Alltag auseinandersetzen. Politische Bildung im Erwachsenenbereich könnte beim Leben der TeilnehmerInnen ansetzen und sie auffordern, sich und ihr Leben in Bezug zur Gesellschaft zu stellen. Ihre eigene Stellung und die Wechselbeziehungen zwischen ihnen und ihrer (politischen) Umwelt/Gesellschaft zu analysieren.*

Thomas Hellmuth: Da gibt es durchaus einige interessante Ansätze, etwa biographische Methoden, bei denen man versucht, die eigene Entwicklung in Zusammenhang mit politischen Entwicklungen zu stellen. Es gibt die Idee des selbstreflexiven Ich. Damit ist gemeint, dass man über die eigene Sozialisation und die eigene Geschichte reflektiert und in seinen eigenen politischen Urteilen und Positionen mit berücksichtigt. Das scheint mir auch ganz wichtig zu sein, dass ich mich selbst frage, warum ich gerade diese politische Meinung habe, warum ich gerade so und nicht anders urteile oder wähle. Dann verstehe ich vielleicht auch die Positionen anderer besser, dann baut man nicht nur eine Front gegenüber anderen Meinungen auf, sondern setzt sich mit diesen auch auseinander.

der und versucht zu verstehen, warum unterschiedliche politische Orientierungen bestehen. Dann muss ich auch meine eigenen Positionen überdenken und modifizieren.

Diese Kompetenzmodelle sind aber im Grunde genommen nur theoretische Konstrukte, die noch nicht sagen, wie ich politische Bildung in der Praxis, in der Lehre umsetze. Sie formulieren ja nur die Ziele politischer Bildung, sie sind gleichsam Folien, die über die Praxis der politischen Bildung gelegt werden. Wichtig ist daher die Methodik, mit der ich in der Praxis umzugehen habe. Und da sollte man in der Erwachsenenbildung natürlich an den eigenen Sozialisationen ansetzen. Sicher!

Der Citoyen, die Citoyenne bleiben das Ziel

FRO: *In einem Artikel für das Museum Arbeitswelt schreiben Sie auch über politische Bildung. Hier fällt auf, dass immer noch der Citoyen quasi als »Produkt« einer gelungenen politischen Bildung angestrebt wird. Ist das nicht ein bisschen antiquiert? Nach zweihundert Jahren immer noch Französische Revolution machen zu wollen?*

Thomas Hellmuth (*lacht*): Die Französische Revolution wirkt tatsächlich noch in die Gegenwart. Es geht auch noch um die Aufklärung! Ich bin der Überzeugung, dass unsere Gesellschaft letztendlich eine bürgerlich-aufgeklärte ist. Ohne Französische Revolution und ohne Aufklärung würde unsere Gesellschaft so nicht existieren. (Es gibt im Übrigen natürlich nicht nur den Citoyen, sondern auch die Citoyenne.) Allerdings muss man den Begriff modifizieren. In der Aufklärung wurde der mündige Bürger im Grunde so verstanden, dass er zu einem solchen erzogen wird. Es gab die Idee des aufgeklärten Erziehers - ein Widerspruch in sich, denn der Citoyen soll mündig und selbstbestimmt handeln und gleichzeitig gibt es jemanden, der ihm sagt, wie er zu handeln hat, um dann wirklich mündig zu sein. Dieser Widerspruch gehört in einer modernen politischen Bildung aufgelöst. Das heißt aber nicht, dass der Citoyen nicht als Ziel politischer Bildung dienen kann. Gerade die Frage der Selbstreflexion kann vielleicht den Widerspruch der Erziehung bis zu einem gewissen Grad auflösen. Dass sich die Menschen selbst fragen, warum bin ich, agiere ich, denk ich politisch so und nicht anders?

Wer hat mir das beigebracht? In welcher Familie bin ich aufgewachsen? Wie dachten meine Eltern, was war deren Sozialisation? Wenn ich versuche auch zu verstehen, wie ich zu meinen Positionen gekommen bin, dann entkomme ich vielleicht ein wenig dem Fluch der Erziehung, der Kette der Sozialisation.

Ohne Frage: Der Citoyen bleibt das Ziel. Der mündige Bürger, der aber nicht andauernd gesagt bekommt, was mündig sein heißt. Der selbst entscheidet und somit auch die Gesellschaft weiterbringt. Der mündige Bürger ist also auch einer, der Grenzen überschreitet. Der sich nicht nur im vorgegebenen Rahmen bewegt, sondern diesen immer wieder leicht überschreitet. Wenn man sich die Geschichte unserer Gesellschaft ansieht, dann hat das ja immer wieder stattgefunden. Unsere Gesellschaft hätte sich nicht weiterentwickelt, wenn nicht immer wieder Grenzüberschreitungen stattgefunden hätten. Bei den Frauenrechten, in der Kunst! Vor allem in der Kunst, die immer wieder Grenzen austestet. Ich glaube also, dass der Citoyen immer noch aktuell ist.

FRO: *Wo mir der Begriff sehr künstlich erscheint, ist, wenn der Citoyen immer als einer beschrieben wird, der keine Eigeninteressen hat, sondern ständig ans Ganze denkt.*

Thomas Hellmuth: Es ist immer ein Ausgleich zwischen individuellen Interessen und dem Kollektiv anzustreben. Politische Bildung muss diesen Ausgleich zwischen individuellen und kollektiven Interessen ermöglichen. Die Aufklärung hat gewissermaßen die eingezäunte Freiheit hervorgebracht. Freiheit kann in unserer Gesellschaft nur soweit gehen, als die Freiheit der anderen nicht eingeschränkt wird. Der aufgeklärte Freiheitsbegriff sieht keineswegs die völlige Loslösung des Individuums von der Gesellschaft vor. Das finden wir bei der Neoklassik, dem Neoliberalismus, der sich dabei noch auf Adam Smith beruft. Das ist natürlich unsinnig, weil Smith in »The Theory of Moral Sentiments« ein ganz anderes Bild entworfen hat. Die Neoklassik meint, dass der Einzelne und sein Streben wichtig ist und sich alles Weitere schon entwickeln wird. Tatsächlich ist es so, dass dieser Ausgleich vorhanden sein muss. Ich kann meine Freiheit nur soweit leben, soweit ich die Freiheit der/des anderen nicht beeinträchtige. Diesen Ausgleich muss man erreichen. Wenn jemand nur versucht seine eigenen Bedürfnisse zu befriedigen oder nur das, was ihn interessiert, durchzusetzen,

wird es ein egozentrischer Widerstand. Aber auch die völlige Unterordnung unter das Kollektiv soll es nicht sein. Der Citoyen ist gemeint als einer, der sich seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst ist, andererseits den gesellschaftlichen Rahmen aber auch in Frage stellt und, wenn notwendig, diesen Rahmen auch zu verändern trachtet, also Grenzen überschreitet. Und daher ist der Citoyen immer noch wichtig, weil sich nur so die Gesellschaft fortentwickeln kann. Wenn ich nur außerhalb dieser stehe, werde ich letztendlich zum Scheitern verurteilt sein, nicht partizipieren und zu positiven Wandlungsprozessen beitragen können.

FRO: *Und Sie verwenden den Begriff, weil er etabliert ist und die ganze Autorität der Französischen Revolution dahinter steht?*

Thomas Hellmuth: Und weil ich frankophil bin. (lacht)

Ewald Hiebl: Weil er ein Revolutionär ist. Ein frankophiler Revolutionär.

Thomas Hellmuth: Ich finde den Begriff des mündigen Bürgers tatsächlich noch immer erstrebenswert und sinnvoll, eben weil damit genau das eben Beschriebene verbunden ist. Aber vielleicht bin ich tatsächlich altmodisch.

Ewald Hiebl: Die Frage ist auch, was denn in einer pluralistisch-demokratischen Gesellschaft die Alternative wäre.

Thomas Hellmuth: Ja! Was wäre die Alternative?

FRO: *Aber gibt es dann auch den unmündigen Bürger?*

Thomas Hellmuth: Den gibt es schon. Aber das widerspricht nicht dem Begriff des Citoyen, politische Bildung soll den unmündigen Bürger mündig machen.

FRO: *Aber wer erkennt den unmündigen Bürger, und wer schließt ihn vom Wahlrecht aus?*

Thomas Hellmuth: Pah! Der unmündige Bürger wäre im besprochenen Modell

des Ausgleichs von individuellen und kollektiven Bedürfnissen einmal der, der nur seine Interessen verfolgt und nicht an seine gesellschaftliche Verankerung denkt. Noch stärker aber der, der sich immer nur unterordnet. Der ständig nur das nachredet, was man ihm vorsagt, gegebene Grenzen immer völlig akzeptiert. Der sagt: »Das ist eben so, da kann man nichts verändern.« Der mündige Bürger ist dagegen einer, der weiß, dass sein Handeln auch die Gesellschaft verändern kann. Und er will partizipieren, er will diese Gesellschaft durch sein Handeln auch weiterentwickeln und nicht nur für sich etwas erreichen. Er ist sich dieser Verantwortung bewusst.

Das wäre das idealtypische Ziel der politischen Bildung. Aber dabei handelt es sich eben um einen Idealtypus. Das muss einem politischen Bildner bzw. einer politischen Bildnerin immer auch bewusst sein. Wieweit dieser Idealtypus verwirklicht ist, ist freilich eine andere Frage.

FRO: *Im schon vorhin erwähnten »Österreichischen Kompetenzmodell Politische Bildung« ist festgelegt, dass der Kompetenzerwerb bereits am Ende der Pflichtschulzeit grundgelegt sein muss, dass es aber auch als ein Bereich des lebenslangen Lernens betrachtet wird.*

Wie kann diese Aufteilung aussehen? Was kann die Schule machen und welche Einrichtungen und Institutionen sind nach der Schule wünschenswert? Oder um noch konkreter zu werden: Was wären hier die Ansprüche an Freie Radios?

Thomas Hellmuth: Zum Ersten ist natürlich auch das eine idealtypische Vorstellung. In Österreich erwirbt man mit 16 Jahren das aktive Wahlrecht. Daher müssen die Jugendlichen bereits in der Hauptschule und AHS-Unterstufe darauf vorbereitet werden Citoyen zu sein. In Österreich ist dafür Politische Bildung an den Geschichtsunterricht gekoppelt. Dass es bei zwei Wochenstunden sehr schwierig ist, tatsächlich zur politischen Partizipation vorzubereiten, ist klar - vor allem in der derzeitigen Situation, wo es dafür für den Lehrkörper keine wirkliche Ausbildung gibt. Unter den gegebenen Rahmenbedingungen, aber auch aufgrund von entwicklungspsychologischen Aspekten wird es freilich nur partiell möglich sein, am Ende der Pflichtschule alle Jugendlichen zur politischen Mündigkeit zu führen. Es wird nach der Schule sehr unterschiedliche Niveaus geben. Manche werden einiges kapiert haben, andere werden auch nach

der Schule einiges (noch) nicht verstehen.

Deshalb ist es auch ganz zentral, dass es Institutionen gibt, die auch damit beschäftigt sind politische Bildung zu gewährleisten. Da kommt Radio, und vor allem Freien Radios, durchaus eine Funktion zu. Sie sollten versuchen fehlende Angebote zu ersetzen. Vor allem auch für diejenigen, die, weil sie keine weiterführende Schule besuchen, kaum mit politischer Bildung in Berührung kommen. Das Radio bzw. das Freie Radio sollten in diesem Zusammenhang zum Beispiel politische Informationen bieten, politische Themen aus verschiedenen, auch ungewöhnlichen Seiten beleuchten, kritisch auf Wahlen schauen, Wahlslogans und Wahlwerbungen durchleuchten - eben Aufklärung im klassischen Sinn betreiben. Sie könnten in der politischen Jugend- und Erwachsenenbildung durchaus eine wertvolle Funktion erfüllen. Auch das ist natürlich nur ein Wunsch. Wie breit die Wirkung Freier Radios sein kann, ist natürlich eine andere Frage. Hier muss ich natürlich auch überlegen, wie ich die Zuhörerquote erhöhen kann, ohne den oben beschriebenen Anspruch politischer Bildung aufzugeben.

Weg vom eintrainierten passiven Konsum

Ewald Hiebl: Das lebensbegleitende Lernen hat ja das große Problem, dass es nicht institutionalisiert und nicht verpflichtend ist. Das Schulsystem als gesellschaftliche und gesetzliche Verpflichtung erreicht die Leute. Aber wie erreiche ich die Leute, die da nicht drinnen sind oder die da gar nicht hin wollen. Die hören vielleicht das Freie Radio, aber vielleicht auch nicht. Das ist das Problem in einer liberalen Gesellschaft, in der jede/r entscheiden kann, wie sie/er ihr/sein Leben führen will. Da muss natürlich auch erlaubt sein, sich Bildung und qualitativ hochwertiger Information zu verweigern und nur Blödsinn zu lesen. Auch das ist eine Entscheidung, die den Menschen zusteht.

Die Frage ist, wie ich hier dennoch attraktive Angebote machen kann. Da meine ich, dass die Möglichkeit der Partizipation, der Beteiligung, die Freie Radios bieten, ein Weg ist, aus einer ohnmächtigen KonsumentInnenhaltung herauszukommen und einmal selbst aktiv zu werden. Das kann für Leute durchaus attraktiv sein. Es sollte viel mehr Angebote in diese Richtung geben. Es gibt ja sehr viele Leute, die sich in Vereinen und dergleichen engagieren. Und zwar nicht nur der Sache willen, sondern auch um etwas zu tun, etwas zu verändern. Radiomachen

ist ja reizvoll. Natürlich ist es für die meisten fast unmöglich zum ORF oder zu Life-Radio zu kommen. Einfach, weil die Hürden hier unheimlich hoch sind. Man braucht meist eine fundierte Ausbildung und auf jede Stelle gibt es unzählige BewerberInnen. Die Hürde beim Freien Radio ist viel geringer – glaube ich zumindest. Das heißt, mit etwas Engagement bekomme ich hier einen Sendepplatz und das Gefühl etwas verändern zu können. Ich kann zumindest meine Botschaft einmal loswerden und es hören mehr Menschen als die vier, die mit mir rund um den Tisch sitzen, oder als jene, die ich in Flugblättern erreichen kann, die ohnehin jede/r gleich wieder wegschmeißt. Mit dem Radio habe ich ein Massenmedium, das zumindest einmal einige tausend Leute hören. Das ist attraktiv. Das könnte ein Beitrag sein zur Partizipation. Und das ist auch etwas, das den Citoyen ausmacht: Teilhabe an der Gesellschaft. Nicht sich zurückziehen und in seiner eigenen »Blase« zu verweilen. Der Citoyen ist einer, der sich in die jeweilige partielle Öffentlichkeit (die Nation, das Dorf, den Staat) auch einbringt. Da sehe ich einen Beitrag, aber da sehe ich auch andere Beiträge durch NGOs und dergleichen auch. In diese Richtung geht auch die Funktion Freier Radios.

Thomas Hellmuth: Ich glaube zudem, dass die Schule auch die Verantwortung hat, ein anderes Hören und Sehen zu entwickeln. Die Schüler und Schülerinnen sollten nicht vor Weihnachten einen Hollywood-Schinken präsentiert bekommen, sondern die Möglichkeit, Filme einmal gemeinsam zu analysieren. Das geht auch in der vierten Klasse der AHS-Unterstufe, Hauptschule bzw. Neuen Mittelschule. Ich habe das einmal in einer Oberstufe im BORG für Kommunikation in Hagenberg, einer Dependence des BORG Honauerstraße in Linz, gemacht. Da gibt es ein eigenes Fach »Medien- und Kommunikationskunde«. Wir haben den Avantgardefilm »Blow Up« von Michelangelo Antonioni genauer analysiert und interpretiert. Zu Beginn hat bei den Schülern und Schülerinnen völliges Unverständnis geherrscht. Aber wir haben uns drei bis vier Stunden nur mit diesem Film beschäftigt. Sie sind dann in eine völlig andere Sehgewohnheit gefallen und haben den Film plötzlich analytisch gesehen, Symbole gesucht, die Szenen gegliedert, genau geschaut, wo sich Hinweise finden, die möglicherweise Bedeutung haben könnten. Die Rückmeldung war, dass sie völlig überrascht waren, dass so ein Film so interessant sein kann. Sie haben immer nur passiv konsumiert

und einen Film nie aktiv gesehen. Plötzlich haben die keinen Film mehr anders ansehen können. Ein ähnlicher Effekt wie bei euren Grundkursen, nach denen die Menschen anders Radio hören. Weg vom eintrainierten passiven Konsum hin zu einer neuen Wahrnehmung. Das wäre Aufgabe der Schule – allerdings nicht die einzige; mir ist schon klar, dass Schulen mit sehr vielen anderen Problemen zu kämpfen haben. Oft muss man schon froh sein, wenn es eine bessere Leseförderung gibt. Aber es bleibt dennoch Aufgabe der Schule, an der Basis anzusetzen und andere Seh- und Hörgewohnheiten zu entwickeln. Auch das wäre ein wertvoller Beitrag Freier Radios, dass SchülerInnen ermöglicht wird, selbst eine Radiosendung zu machen. Das wäre doch eine spannende Sache.

FRO: *Es gibt kaum ein Freies Radio, das nicht in der einen oder anderen Weise mit einer Schule zusammenarbeitet.*

Die regionale Verfasstheit der Freien Radios ist ein großer Vorteil

Thomas Hellmuth: Eben, das bietet sich richtig an. Die Zusammenarbeit könnte man natürlich noch ausweiten und den Fokus mehr auf die politische Bildung legen. So wäre es beispielsweise möglich, in einer Schule Podiumsdiskussionen mit PolitikerInnen zu machen, die vom Radio begleitet werden. Im Radio werden diese Diskussionen dann entweder live übertragen oder die Aufzeichnung wird in eine Sendung verpackt, in der dann vielleicht noch über die Veranstaltung diskutiert wird. Dann hören die SchülerInnen dieses Radio, denn das berührt ihre Lebenswelt. Sie haben die Diskussion erlebt, haben sie vielleicht mitorganisiert und plötzlich wird hier ein Radio gehört, das fernab von Ö3 und dergleichen ist. Hier könnte Radio zum Begleiter des Lernens werden.

Ewald Hiebl: Da ist die regionale Verfasstheit der Freien Radios ein großer Vorteil, da sie auf die unmittelbare Lebenswelt der HörerInnen eingehen können. Das könnten die regional-kommerziellen natürlich auch. Sie bleiben jedoch meist an der Oberfläche und vertiefen Diskurse nicht. Durch die Freien Radios wird tatsächlich eine Öffentlichkeit im aufklärerischen Sinne geschaffen. Und zwar keine Scheinöffentlichkeit. Natürlich habe ich als BürgerIn in der Republik Österreich jederzeit das Recht mich politisch einzubringen, aber wie sieht es tat-

sächlich aus, wenn ich jetzt ein Anliegen habe? Faktisch werde ich häufig scheitern, weil ich die Ressourcen nicht habe zum Aufbau einer Bürgerinitiative usw. Im kleinen Umfeld ist das anders. Da kann ich mich tatsächlich eines solchen Mediums bedienen und meine Botschaft an die Öffentlichkeit tragen. Wenn das, wie bei Radio FRO, 20.000 Leute hören, ist das ja schon etwas. Die Botschaft transportiert sich ja dann noch weiter über Gespräche. Das Schönste für ein Radio ist ja, wenn die Leute sagen: »Hast du gestern das und das gehört?«. Wenn man das schafft, ist man Teil des politischen Diskurses.

Thomas Hellmuth: Und bei Kooperationen, etwa mit Schulen, hat man Multiplikatoren, die andere dazu bringen zumindest einmal dieses Radio einzuschalten. Ich glaube, so zu agieren fällt kommerziellen Radios gar nicht ein. Die machen eine Analyse des kaufkräftigen Zielpublikums und bleiben auf einer sehr kommerziellen Ebene.

Ewald Hiebl: Kommerzielle Sender, wie sie uns heute zu einem großen Teil gegenüberstehen, repräsentieren auch nicht mehr die ursprüngliche Idee des Radios. Wenn man sich die ersten Radioprogramme anhört, dann erkennt man, das war Bildung und Aufklärung. Vorträge, Adaptionen von Theaterstücken usw. Die haben nicht mit Schlagermusik angefangen. Hier hat sich heute die Waage zwischen Information und Unterhaltung so sehr in Richtung Unterhaltung geneigt, dass etwas fehlt. Das ist auch ein wesentlicher Grund, warum Freie Radios gefördert werden. Weil man merkt, dass da etwas nicht stimmt. Wir haben mit dem Radio ein wunderbares Kommunikationsmittel, mit dem könnte man lokale Öffentlichkeiten schaffen, um etwa Diskussionen zu führen, wir benutzen es aber nicht dafür, weil es nur zum Geldverdienen verwendet wird. Das hat auch die Politik erkannt.

Thomas Hellmuth: Es geht um Öffentlichkeit und es geht um den Citoyen, der diese Öffentlichkeit nutzt. Es gibt nichts anderes. Es muss das Ziel der politischen Bildung sein, den Citoyen hervorzubringen, auch wenn Andi Wahl ihm kritisch gegenübersteht und ihn für antiquiert hält. Natürlich eine modifizierte Version des Citoyens.

FRO: *Aber es ist die Pflicht des Citoyens, den Citoyen zu hinterfragen.*

Thomas Hellmuth: Genau! Klar. Habermas hat es so formuliert: »Dass die Aufklärung sich über sich selbst, auch über das von ihr angerichtete Unheil aufklärt, gehört also zu ihrer eigenen Natur. Nur wenn man das verdrängt, kann sich die Gegenaufklärung als Aufklärung über Aufklärung empfehlen.« Ich muss mich als Citoyen also immer auch selbst hinterfragen. Nur so kann ich in dieser Gesellschaft existieren und diese auch demokratisch weiterentwickeln.

FRO: *Danke für das Gespräch.*

—> Ewald Hiebl, Historiker an der Universität Salzburg, Leiter des Leopold-Kohr-Archivs an der Universität Salzburg, freier Mitarbeiter des ORF-Hörfunks (Ö1), Träger des Andreas-Reischek-Preises 2008, Forschungsschwerpunkte: u.a. Gesellschafts- und Kulturgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts, Regional- und Mikrogeschichte, Geschichte und Medien, Mediengeschichte, Politische Bildung.

—> Thomas Hellmuth, Assoziierter Professor für Didaktik der Geschichte und Politischen Bildung an der Universität Salzburg, Initiator des Masterstudiums Politische Bildung an der Johannes Kepler Universität Linz.

—> Andi Wahl, Geschäftsführer von Radio FRO.

AUF DER SUCHE NACH DER VERLORENEN DEMOKRATIE

*(Direkte) Demokratie, freie Medien, emanzipatorische Bildung
und die Möglichkeiten kollektiver Selbstermächtigung*

von Michael G. Kraft

*Friedrich A. von Hayek (1944): »Wir haben nicht die Absicht, aus
der Demokratie einen Fetisch zu machen.«*

Intro

Spätestens seit der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 wurde vielen Menschen bewusst, dass wir es nunmehr auch in den westlichen liberalen Demokratien mit massiven sozialen Verwerfungen und Machtverschiebungen zu tun haben. Die in ihrer (quantitativen) Dimension wohl massivste Krise des kapitalistischen Wirtschafts- und Gesellschaftssystems hat das noch junge 21. Jahrhundert mit einer Hypothek belegt, die jedem vor Augen führen sollte, dass vieles nicht mehr so sein wird, wie es war.¹ Weder werden wir in den westlichen Industriestaaten je wieder konstant hohe Wirtschaftswachstumsraten verzeichnen, noch einen breiten gesellschaftlichen Konsens teilen, dass alle am wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Fortschritt teilhaben sollen. Die politische Regulierung marktwirtschaftlicher Arrangements und die Vorstellung, dass die Löhne mit dem Produktivitätszuwachs zu steigen hätten, wie es einst der deutsche Wirtschaftsminister Ludwig Erhard formuliert hatte, wurden nach Jahrzehnten neoliberaler Politik aus dem Zentrum des gesellschaftlichen Diskurses verbannt und werden heute als realitätsfern, als Gleichmacherei oder sogar linksutopistisch abgetan. Gleichwohl soll das sogenannte »Goldene Zeitalter« Europas nach dem Zweiten Weltkrieg keineswegs idealisiert oder be-

1 Die hier vorgebrachte Sichtweise ist aufgrund des Fokus des Artikels stark eurozentristisch geprägt und thematisiert nicht die in den »Entwicklungs-« und Schwellenländern vorgebrachte postkoloniale Kritik an der bis heute andauernden imperialen Kolonialisierungsgeschichte Europas.

schönigt werden: Es beruhte auf dem fundamentalen Gegensatz von Arbeit und Kapital und der Vorstellung des grenzenlosen Wachstums und der Ausbeutung und Zerstörung unserer Umwelt. Daran haben auch die vordergründig zur makroökonomischen Stabilisierung ins Feld geführten jüngsten Bankenrettungen, rasch geschnürte Konjunkturprogramme und das Anwerfen der Notenpresse wenig geändert. Ganz im Gegenteil, die Rechnung wurde nur allzu schnell präsentiert. Private Verluste wurden über den Staat sozialisiert, die Finanzkrise in eine Staatsschuldenkrise umgedeutet, eine Regulierung des Finanzsektors bzw. eine Beteiligung der Verursacher der Krise an der wirtschaftlichen Konsolidierung als politisch nicht durchführbar dargestellt. Also doch wieder alles beim Alten nur in verschärfter Form? »Wenn alles bleiben soll, wie es ist, muss sich alles ändern«, so das Zitat von Tancredi im Stück *Der Gattopardo* von Giuseppe Tomasi di Lampedusa. Die Rückkehr des Staates hat nicht zu einer fundamentalen Veränderung unseres wirtschaftlichen Entwicklungsmodells geführt, sondern bestenfalls zu einem kurzsichtigen Krisenmanagement des Finanzkapitalismus. Anfang 2014 müssen wir in der hochgelobten und mit dem Friedensnobelpreis ausgezeichneten Europäischen Union eine sich rasch ausbreitende Massenarbeitslosigkeit, steigende Armut und zunehmende Perspektivenlosigkeit (in der südlichen europäischen Peripherie) beobachten. Innerhalb der EU, den USA und den westlichen Nationalstaaten gehen die Einkommens- und Verteilungsscheren immer weiter auseinander, und es wird von politischer Seite kaum etwas unternommen, um hier gegenzusteuern. Und jene Verdammten dieser Erde, die Asyl und Aufnahme suchen, werden vor den Toren der EU zurück in den möglichen Tod geschickt oder sehen sich mit Fremdenfeindlichkeit und Übergriffen von mit wachsendem Zulauf versehenen faschistischen Gruppen konfrontiert. Während in wirtschaftlich »rückständigen« Ländern der EU wie Ungarn der Nationalismus neue Urstände feiert, sonnen sich Länder wie Deutschland und Österreich im Erfolgsmodell Exportwirtschaft, indem sie die realen Lohnstückkosten in sozialpartnerschaftlichem Einklang sukzessive durch Lohnzurückhaltung sowie Reformen im Arbeits- und Sozialwesen (*Hartz IV*) weiter nach unten treiben. Und das Gespenst der globalen Wettbewerbsfähigkeit peitscht sie weiter an.

Leben in Zeiten der Postdemokratie

Aber warum sollte uns all das beschäftigen? Um es kurz zu fassen – es liegt einiges im Argen, und falls wir den Menschen nicht als herumwandelnden, von externen Stimuli gesteuerten homo oeconomicus betrachten, so würden die Antworten auf all die unbefriedigenden und verwerfungsvollen Ereignisse und Politiken wohl Solidarität, Widerstand, Teilhabe sowie kollektive Selbstermächtigung lauten.

Nun ist aus der wissenschaftlichen Literatur zur sozialen Bewegungsforschung gemeinhin bekannt, dass absolute Armut und Verelendung keine hinreichenden Gründe für Protest und Widerstand sind. Über die letzten Jahre hat sich außerdem zur Krise unseres Wirtschafts- und Ökosystems auch noch eine fundamentale Krise der repräsentativen Demokratie gesellt. Noch nie haben so viele Menschen in Europa das Vertrauen in die formale Politik und die politischen Eliten verloren. Kaum jemand glaubt noch, dass seine Stimme irgendetwas verändern könne, und zahlreiche Korruptionsfälle im Umfeld politischer Entscheidungsträger haben auch den letzten Rest an Zustimmung zur repräsentativen Parteiendemokratie hinweggespült. Denn nur in Ausnahmefällen wird jemand zur Verantwortung für den Raub an gesellschaftlichem Eigentum gezogen – meist erschöpft sich die Erörterung dieser Fragen auf endlose Gerichtsprozesse, die letztlich aufgrund von Verjährung oder mangels an Beweisen im Nichts nichten. Wir befinden uns also in einer paradoxen Situation, einerseits gibt es so viele Gründe wie schon lange nicht mehr, sich zu organisieren, für etwas einzutreten und für eine bessere Gesellschaft zu kämpfen, und andererseits hat sich nach der jahrzehntelangen Kolonialisierung unseres Denkens mit neoliberalen Metaphern wie Konsumismus, individuelle Freiheit und Selbstverwirklichung, Effizienz und Effektivität etc. eine gewisse Ideen- und Perspektivenlosigkeit breit gemacht – »there is no alternative« tönt es seit der Thatcher Ära der 1980er-Jahre von der Insel. Und wofür lohnt es sich überhaupt zu kämpfen, in welchem Rahmen soll das stattfinden, wenn sich die traditionellen Kanäle politischer Partizipation wie Parteien und Gewerkschaften verkrustet und hierarchisch geben, von Wirtschaftsinteressen unterwandert sind und den kleinen Teil vom Kuchen, der ihnen noch geblieben ist, mit Zähnen und Klauen für ihre schrumpfende Klientel verteidigen?

Der britische Politikwissenschaftler Colin Crouch hat diese Krise der Demokratie westlicher Prägung 2004 unter dem Titel *Postdemokratie*² zu fassen gesucht und popularisiert. In seinem gleichnamigen Buch thematisiert er den Legitimitätsverlust der politischen Akteure und Institutionen, da sie zunehmend unter dem Einfluss privater und partikularer Interessengruppen agieren, statt als gewählte Repräsentanten im Sinne des Gemeinwohls zu handeln. Folglich breite sich ein Gefühl der Ohnmacht und eine Verdrossenheit gegenüber der »institutionellen Politik« aus, und es schwinde zusehends das Vertrauen in die repräsentative Demokratie. Soweit, so richtig. Doch die Linke hatte diese Problemlage bereits Ende der 1990er-Jahre thematisiert, als man in Seattle, Göteborg und Genua auf die Straße ging, um für eine global gerechtere Welt zu kämpfen und das demokratische Defizit transnationaler Konzerne, die damals ganze Entwicklungsländer am Gängelband führten, anzuprangern.

Während sich Crouch noch 2011 über »das befremdliche Überleben des Neoliberalismus« wundert und nostalgisch auf einen reformatorischen, sozialdemokratischen Weg zurück in die »goldene Ära« hofft, sollten wir vielmehr unser Verständnis vom Wesen der liberalen Demokratie zuspitzen. Ist unsere formale, liberale Demokratie nichts anderes als »Polizei«, die jedem seinen fixen Platz in der Gesellschaft zuweist und die gegebene Ordnung und Ungleichheiten verteidigt? Der französische Philosoph Jacques Rancière hat in seinen Untersuchungen zur politischen Emanzipation die formale, repräsentative Sphäre der Politik und ihrer Institutionen der konkreten kollektiven Emanzipation der »Anteilslosen« gegenübergestellt. Politik – nach Rancière – stört die scheinbar natürliche Ordnung und weist darauf hin, dass Konsens bestenfalls temporär ist. In diesem Sinne ist Politik destabilisierend und als heteronomer Prozess dazu zu verstehen, was Rancière als Polizei bezeichnet. In Anlehnung an Foucaults Machtanalyse meint Polizei die Gesamtheit der Prozesse, welche die Macht organisieren, Aufgaben, Stellen und Funktionen zuweisen und diese Zuteilung legitimieren. Im allgemeinen Sinn zielt Polizei daher auf eine spezifische »Anordnung der Körper« ab und definiert »die Weisen des Handelns, des Seins und

2 Das englische Original *Post-Democracy* (2004) wurde 2008 unter dem Titel *Postdemokratie* ins Deutsche übersetzt.

des Redens«³. Dadurch ordnet Polizei den Raum des Wahrnehmbaren und des Sag- und Machbaren. Politik stellt diese Distribution in Frage. Wie und wo kann dann allerdings in diesem Sinne Politik stattfinden? Wenn die Ausgeschlossenen ihre Stimme erheben und ihren Platz als rechtmäßige Partner einklagen, stören sie die Ordnung des Gesellschaftskörpers, in der alle einen bestimmten Platz zugewiesen bekommen haben. Durch die Sichtbarmachung dieses Dissenses entsteht für Rancière Politik. Politik ist somit das Bestreben, die Voraussetzung der Gleichheit einzuklagen.⁴

Widerstand

Der globale Widerstand und Antworten von unten auf die Zumutungen unseres liberal-kapitalistischen Wirtschaftssystems ließen auf sich warten, bis 2010 der »Arabische Frühling« einen neuen globalen Protestzyklus einleitete, der fortan an allen Orten der Welt immer wieder aufflackert. Tahrir, Syntagma, Zuccotti bis zu Taksim: Die Plätze wurden zur Weltbühne der jungen Protestbewegungen des 21. Jahrhunderts. Interpretieren wir diese Ereignisse mit dem Politikbegriff Rancières, so ist all diesen Momenten eigen, dass sie Ausdruck der Anmaßungen jener »Anteilslosen« sind, die der polizeilichen Ordnung widersprechen und einen Raum besetzen, wo sie ihren Dissens äußern. Die sogenannte »Krise«, die nunmehr neben der »Peripherie« auch das »Zentrum« erfasst hat, hat letztlich auch zur Einsicht geführt, dass das marktkapitalistische System nicht zum Wohlstand und »Fortschritt« aller wirkt. Dass gerade Europa nun zu jener Region avanciert, in der neoliberale Politik unter dem Deckmantel der Krisenbekämpfung eine derart konsequente Umsetzung erfährt, zeigt auch, wie sehr die allgemeine kapitalistische Krise zu einer Krise des europäischen Einigungsprozesses stili-

3 Jacques Rancière (2010). »Gibt es eine politische Philosophie?«, in: Alain Badiou, Jacques Rancière und Rado Riha (Hg.) *Politik der Wahrheit*, Wien: Turia + Kant, S. 82.

4 »Politisches ist also die Benennung jener Tätigkeit, von der die Ordnung der auf Stellen, Funktionen und Mächte verteilten Körper durch das Einbringen einer Voraussetzung, die dieser Ordnung vollkommen äußerlich ist, aufgehoben wird: Der Voraussetzung von der Gleichheit eines jeden sprechenden Wesens mit einem jeden anderen sprechenden Wesen.« (Rancière 2010, S. 83)

siert worden ist. Nicht nur der diskursive Wandel von der Banken- und Finanzmarktkrise hin zur Schuldenkrise Europas ist in dieser Hinsicht bemerkenswert, sondern auch, dass historische Erfahrungen in der Umsetzung derartiger Austeritätsprogramme gänzlich ignoriert werden.⁵ Folglich können wir heute eine verstärkte Artikulation der »Anteilslosen« (Rancière) ausmachen, die die Bühne des Sichtbaren betreten und ihren Teil einfordern. Gemäß einer im September 2013 veröffentlichten Studie⁶, welche 843 Proteste im Zeitraum von Jänner 2006 bis Juli 2013 in 87 Ländern, die 90% der Weltbevölkerung abdecken, analysiert, können die Schwerpunkte und Hauptforderungen der DemonstrantInnen in vier Kategorien zusammengefasst werden:

- Wirtschaftliche Gerechtigkeit / gegen Austeritätspolitiken
- Das Versagen politischer Repräsentation und politischer Systeme
- Globale Gerechtigkeit
- (Menschen-)Rechte

Die Menschen suchen also wieder verstärkt in allen Ecken der Welt mittels Protesten, Demonstrationen, Massenmobilisierung etc. nach Wegen, einer Politik, die sich selbst nur noch als Steigbügelhalter einer Wirtschaftslobby versteht, entgegenzuwirken. Sie wehren sich gegen den sukzessiven Entzug ihrer Lebensgrundlagen, die rasante Verschlechterung ihrer Lebensumstände sowie die beschleunigte Umverteilung zugunsten des Kapitals. Dabei erproben sie (in den globalen Protestcamps) neue und alternative Formen politischer Partizipation, kollektive direktdemokratische Praxen und gemeinwohlorientiertes, partizipatorisches Wirtschaften.⁷ Welches transformatorische Potential in den gegenwärti-

5 Die verheerenden Effekte der Strukturanpassungsprogramme zahlreicher Länder Lateinamerikas in den 1980er-Jahren sind auf breiter Basis erforscht. Nicht ohne Grund werden sie dort als das »verlorene Jahrzehnt« bezeichnet.

6 Isabel Ortiz, Sara Burke, Mohamed Berrada and Hernán Cortés (2013). »World Protests 2006-2013«, in: Initiative for Policy Dialogue, Working Paper, September 2013

7 Vgl. dazu Dario Azzellini (2013). »Der globale Aufstand«, in: Michael G. Kraft (Hg.) *Soziale Kämpfe in Ex-Jugoslawien*, Wien: Mandelbaum, S. 30-46 sowie Anna Feigenbaum, Fabian Frenzel und Patrick McCurdy (2013). *Protest Camps*, London: Zed Books..

gen Protesten und Bewegungen sowie deren neuen Aktionsformen liegt, darauf werde ich später noch zu sprechen kommen.

Direkte Demokratie – die Lösung?

Ob dieses Befundes nimmt es einen nicht wunder, dass sich auch in Österreich Initiativen, Bewegungen und (neue) Parteien über die letzten Jahre formiert haben, die die Forderung nach mehr direkter Demokratie, Partizipation und Teilhabe in das Zentrum ihrer Bemühungen stellen. So fordert beispielsweise die IG Demokratie »die bestmögliche Einbindung der Bevölkerung in den Demokratiereformprozess«⁸ und wirbt für die Einrichtung eines offenen Demokratie-Reform-Büros im Parlament. Die Online-Initiative Wahlzuckerl, die sich selbst als »Österreichs unparteiische Onlinelernplattform für Politik und Wirtschaft«⁹ bezeichnet, will uns helfen, Themen wie Wirtschaft, Politik und Demokratie besser zu verstehen, und bei der jüngst in den Nationalrat eingezogenen Partei NEOS »hat direkte Demokratie oberste Priorität«¹⁰.

Demokratie soll den Menschen also wieder schmackhaft gemacht werden, und wie man sieht, werden heute in der öffentlichen Diskussion auch bewusster unterschiedliche Spielformen der Demokratie unterschieden und Alternativen zur repräsentativen, parlamentarischen Demokratie gesucht. Dabei wird in der Diskussion auch immer wieder auf das Schweizer Modell verwiesen, das mehr direktdemokratische Elemente wie z.B. Volksinitiativen und Volksbefragungen vorsieht. Die oben erwähnten österreichischen Initiativen und Programme orientieren sich konzeptionell und perspektivisch auch stärker in diese Richtung, anstatt an den Praktiken der jüngsten Protestbewegungen Anleihen zu nehmen. Deshalb erscheint es durchaus sinnvoll, auf die grundlegenden Beschränkungen des politischen Systems der Schweiz und allfällige Illusionen von Handlungs- und Wirkmächtigkeit an dieser Stelle einzugehen, um in der Folge emanzipatorische und neue Ansätze (in den globalen Protestbewegungen) und notwendige Rahmenbedingungen – vor allem im Medien- und Bildungsbereich – zu diskutieren.

8 <http://www.ig-demokratie.at/demokratiebuero>

9 <http://www.wahlzuckerl.org/>

10 <http://neos.eu/hotline>

Das Schweizer Modell – Lücken und Tücken

Wenngleich die Schweiz bisher der einzige europäische Staat ist, der auf der höchsten Ebene über wirklich verbindliche direktdemokratische Instrumente verfügt, so stellt das schweizerische Politsystem letztlich doch eher eine Mischform¹¹ dar, welche das Mehrheitsprinzip (der repräsentativen Demokratie) gegen eine wesentlich höhere Beteiligung von Minderheiten am Entscheidungsprozess aufweicht. So können in der Schweiz z.B. 100.000 BürgerInnen per Volksinitiative einen Volksentscheid über eine Verfassungsänderung erzwingen. Wird der Vorschlag von der Mehrheit der Stimmberechtigten und der Mehrheit der Kantone angenommen, erlangt er Verfassungsrang. Darüber hinaus kann gegen Gesetzesbeschlüsse des Parlamentes das Referendum ergriffen werden. 50.000 Stimmberechtigte können eine Abstimmung über das Gesetz verlangen. Die Mehrheit der Stimmberechtigten entscheidet über die Annahme oder Ablehnung des fraglichen Gesetzes. Aber ist durch dieses politische Entscheidungssystem tatsächlich die breitestmögliche Beteiligung der Bevölkerung am politischen Entscheidungsprozess gewährleistet und das Modell ein möglicher Exportschlager, wie oftmals betont wird?

Einerseits ist zu kritisieren, dass in der Schweiz, wie auch in vielen anderen Ländern, das Stimmrecht an die Staatsbürgerschaft geknüpft ist und nicht am Lebensmittelpunkt der Menschen ansetzt. Das hat zur Folge, dass ausländische Staatsangehörige faktisch von der politischen Partizipation ausgeschlossen sind, selbst wenn sie bereits seit Jahren in der Schweiz wohnhaft sind. Und deren Zahl ist aufgrund der restriktiven Einbürgerungspraxis enorm. Der Anteil der Stimm- und Wahlberechtigten an der Wohnbevölkerung ab 18 Jahren ist kontinuierlich auf unter 80% im Jahr 2006 gesunken. Seitdem wird dieser Indikator vom Bundesamt für Statistik auch nicht mehr aktualisiert.¹² Dies sollte einen allerdings in einem Land, das erst 1971 das Frauenstimmrecht auf eidgenössischer Ebene einführte und in dem Frauen bis 1990 kämpfen mussten, um auch

11 Nach Schubert/Klein (2011) auch als halbdirekte Demokratie bezeichnet. Vgl. Klaus Schubert und Martina Klein (2011). *Das Politiklexikon*, Bonn: Dietz.

12 <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/21/02/ind32.indicator.70602.290101.html>

im letzten Schweizer Kanton Appenzell Innerrhoden durch einen Entscheid des Bundesgerichts das Stimmrecht auf kantonaler Ebene durchzusetzen, auch nicht wundernehmen.

Betrachtet man das Instrument der Volksinitiative historisch, so zeigt sich, dass seit der Einführung in der Bundesverfassung 1891 die Möglichkeit einer Volksinitiative bis Juni 2013 420-mal ergriffen wurde. Von den 304 formell zu Stande gekommenen Volksinitiativen kamen 183 an die Urne, jedoch wurden lediglich 20 Volksinitiativen von Volk und Ständen angenommen. Die letzte Zustimmung gab es am 3. März 2013 zur Volksinitiative »gegen die Abzockerei«.

Die tatsächliche gesellschaftsverändernde Kraft des direktdemokratischen Instruments ist folglich – rein quantitativ betrachtet – bescheiden. Dazu kommt, dass die durchschnittliche Stimmbeteiligung seit Einführung des Frauenstimmrechts 1971 bei nur knapp 43% liegt. Darüber hinaus wird nur allzu oft von linker Seite beklagt, dass sich in Fragen der Sozialpolitik die direkte Demokratie eher als Hemmschuh denn als Motor erwiesen hat. Anhand zweier historischer Beispiele mit sehr hoher Stimmbeteiligung kann dies verdeutlicht werden. Während 1922 die Schweizer (wohlgemerkt damals ausschließlich Männer) mit einer Rekordbeteiligung von 86,3% zur Urne schritten, um mit 87% gegen die Initiative zur einmaligen Vermögensabgabe zur Erfüllung der sozialen Aufgaben von Bund, Kantonen und Gemeinden abzustimmen, fuhr 1915 der »Erlass eines Artikels der Bundesverfassung zur Erhebung einer einmaligen Kriegssteuer« eine Zustimmung von 94,3% ein. An diesem Konservativismus hat sich bis heute wenig geändert. Dies zeigen insbesondere die jüngsten Abstimmungsergebnisse. Sowohl die Initiative für die 36-Stunden-Woche (2002), die Vorlage »6 Wochen Ferien für alle« als auch jüngst die 1:12-Initiative für gerechte Löhne der Juso, wurden von der Mehrheit der WählerInnen abgelehnt. Einzige Ausnahmen stellen hier die mit 50,6% äußerst knappe Annahme der Initiative »Schluss mit uferlosem Bau von Zweitwohnungen!« (2012) und mit Einschränkungen die vom parteilosen (aber der SVP nahe stehenden) Unternehmer Thomas Minder eingereichte »Abzocker-Initiative« (2013), die es AktionärInnen erlaubt, die Löhne der Topmanager zu beeinflussen, dar. Demgegenüber konnte die nationalpopulistische Schweizer Volkspartei (SVP)

unter Christoph Blocher das Instrument für ihre Zwecke geschickt nutzen. Das bekannteste Beispiel ist wohl die 2009 mit 57,5% angenommene Initiative »Gegen den Bau von Minaretten«, doch auch die 2010 angenommene »Ausschaffungsinitiative« bedient vordergründig das Bedürfnis nach der Bewahrung einer Schweizer Identität, während sich die Elite der SVP für ihre Wirtschaftsunternehmen optimale Rahmenbedingungen schafft. Der SVP ist es damit gelungen, sich als »Hüterin der Volksrechte« zu positionieren und mit Mitteln der direkten Demokratie populistische und fremdenfeindliche Politik zu betreiben.

Nun kann man einwenden, dass diese Tatsache nicht notwendigerweise den Instrumenten der direkten Demokratie geschuldet ist. Vielmehr zeigt sich anhand des Beispiels Schweiz, wie unabdingbar für eine lebendige (direkte) Demokratie freie, offene und pluralistische Medien, kritische Bildung sowie eine Demokratisierung der Wirtschaft sind. Denn wenngleich mittels Volksinitiativen bestimmte Themen oder politische Alternativen, welche in der offiziellen Politik zu wenig oder nicht beachtet werden, in den öffentlichen Diskurs getragen werden können, so bedarf es dafür doch beträchtlicher Finanzmittel und Zeitressourcen im Sinne von persönlichem Engagement. Beides ist jedoch in unseren kapitalistischen Gesellschaften zunehmend ungleich verteilt. Gehen folglich oben genannte Bedingungen nicht Hand in Hand, droht selbst die von vielen hochgelobte direkte Demokratie zum »Simulakrum, hinter dem das Soziale bereits verschwunden ist«¹³, zu werden.

Freie Medien, alternative Diskurse, kritische Bildung

Wie anhand des Beispiels Schweiz deutlich wird, schafft die bloße Verfügbarkeit direktdemokratischer Instrumente noch keine emanzipatorische oder gerechtere Gesellschaft. Denn wie oben erwähnt, müssen wichtige Rahmenbedingungen erfüllt sein, um Partizipation und Teilhabe überhaupt zu ermöglichen. Ich thematisiere deshalb an dieser Stelle zwei meiner Meinung nach entscheidende Gesellschaftsbereiche, die positiv in diese Richtung wirken können: freie, alternative

¹³ Jean Baudrillard (1978). *Koolhaas oder Der Aufstand der Zeichen*, Berlin: Merve, S. 40.

Medien und damit verbunden kritische, populäre Bildung.¹⁴

(Massen-)medien gehörten von Beginn an in demokratischen politischen Systemen zu wichtigen Vermittlern im politischen Prozess der demokratischen Meinungsbildung. Im Hinblick auf oftmals komplexe politische Sachverhalte wäre es deren Aufgabe, eine Plattform für einen pluralistischen öffentlichen Diskurs zu etablieren und unterschiedliche Standpunkte verschiedener Gesellschaftsgruppen zu bündeln. Kommerzialisierungs- und Konzentrationsprozesse haben jedoch deutlich gemacht, dass auch die Medienlandschaft nach kapitalistischen Gesichtspunkten strukturiert ist und die Interessen der herrschenden Klasse bedient. Damit hat sie ihre ursprüngliche Bestimmung als neutrale Vermittlerin weitgehend aufgegeben. Dies wiegt umso schwerer, da es aufgrund zunehmender Individualisierung und einer Entpolitisierung der Öffentlichkeit Räume und Diskursebenen bedürfte, in denen politische Kommunikation stattfinden kann. Das Internet und soziale Netzwerke haben zwar in den letzten Jahren massiv an Bedeutung gewonnen und solche neuen Räume etabliert, doch für sich selbst genommen sind auch sie nur Werkzeuge, die richtig eingesetzt und genutzt werden müssen. Hinzu kommt, dass aufgrund der Überwachungsskandale der letzten Jahre (Wikileaks, Acta, NSA-Affäre etc.) und massiver wirtschaftlicher Konzentrationsprozesse auch hier sukzessive Freiräume geschlossen wurden und dies auch weiterhin geschieht.

Anfang der 1990er-Jahre herrschte in Österreich allerdings noch Aufbruchsstimmung im alternativen Mediensektor. In mehreren Landeshauptstädten wurden damals Netzkulturinitiativen etabliert, 1998 nahmen die Freien Radios ihren Betrieb auf und im Mai 1999 wurde bei einer Medienkonferenz in Linz die sogenannte *Linzer Erklärung* verabschiedet. Darin hieß es unter anderem, dass Medienpolitik Demokratiepoltik sei, und es war das erklärte Ziel, eine alternative

14 Ich referenziere hier auf das Konzept der »Educação Popular« (portugiesisch: educação popular) nach Paulo Freire. Dieses (politische) Bildungskonzept zeichnet sich dadurch aus, dass sowohl der Unterschied zwischen Lehrenden und Lernenden als auch zwischen Theorie und Praxis aufgehoben wird und Bildung sich explizit auf Emanzipation, gesellschaftlichen Wandel und die selbstbestimmte Erarbeitung nicht-hegemonialen Wissens bezieht. Vgl. Paulo Freire (1973). *Pädagogik der Unterdrückten. Bildung als Praxis der Freiheit*, Hamburg: Reinbek.

Medienöffentlichkeit im öffentlichen Bewusstsein zu verankern und mit Leben zu erfüllen. 15 Jahre später ist von der Anfangseuphorie wenig geblieben und eine gewisse Ernüchterung eingeleitet. Es ist den AktivistInnen offenbar nicht gelungen, ein breites, kritisches öffentliches Bewusstsein für die Notwendigkeit emanzipatorischer Medienräume zu schaffen. Dabei wäre es in Zeiten der Überwachungsskandale und zunehmender Reglementierung von virtuellen sowie realen Freiräumen umso wichtiger, alternative Räume zu erkämpfen. In dieser Hinsicht könnte man durchaus auch einen Blick auf die eigene Bewegungsgeschichte werfen, um Lehren aus den Kämpfen der 1980er- und 90er-Jahre auf die Gegenwart umzulegen.¹⁵ Denn bemerkenswert war damals, dass sich die Forderung nach Rundfunkdemokratisierung mit weitergehenden politischen Forderungen unterschiedlicher Initiativen verquickte. Wenn man sich jedoch nur selbstgenügsam als »Dritten Sektor« dem Staat anbietet und paternalistisch auf die Zuwendung von Finanzmitteln wartet, wird man gewisse strukturelle Beschränkungen und Grenzziehungen nicht aufbrechen können. Die Rolle des Staates bleibt in der *Linzer Erklärung 1999* folglich unterbelichtet. »Hier trägt der Staat die Verantwortung für die Schaffung der rechtlichen und finanziellen Rahmenbedingungen.«¹⁶ Ohne den Staat als Verdichtung kapitalistischer Interessen zu analysieren, läuft man Gefahr, es sich prekär, aber einigermaßen bequem in einem von Staat und Markt klar abgegrenzten Bereich – entsprechend der liberalen Vorstellung von Zivilgesellschaft – einzurichten und verliert die Anbindung an eine aktive und dynamische Zivilgesellschaft.¹⁷ Man begnügt sich mit der immer wieder geäußerten, aber durchwegs zahnlosen Kritik am hegemo-

15 Ohne die PiratInnenradiobewegung und deren illegalen Sendebetrieb in den 1980er- und 90er-Jahren wären beispielsweise die Freien Radios in Österreich heute undenkbar.

16 »Linzer Erklärung 1999 – Kurskorrekturen zur Kultur- und Medienpolitik«, in: Gerald Raunig und Martin Wassermair (Hg.) (1999). *sektor3medien99: Kurskorrekturen zur Kultur- und Medienpolitik*, Wien: IG Kultur Österreich, S. 155.

17 Ich verwende im Unterschied zur liberalen Konzeption von Zivilgesellschaft den Begriff in der Tradition Antonio Gramscis. Erstere sehen in der Zivilgesellschaft eine von Staat und Markt abgegrenzte Sphäre, in der freiwillige Vereinigungen (Vereine), Initiativen, NGOs etc. tätig sind. Letzterer konzipiert Zivilgesellschaft als umkämpftes Feld um kulturelle Hegemonie, in dem Herrschaft durch Konsens stattfindet.

nialen Mainstream und übersieht dabei mögliche Allianzen mit anderen gesellschaftlichen Gruppen, mit denen man die Risse im System sichtbar machen und produktiv bearbeiten könnte. Nicht nur die von Pfoser (2012) beklagte fehlende »medienübergreifende Vernetzung«¹⁸ bleibt dann zusehends aus, sondern Professionalisierung und Institutionalisierung machen Kontakte und Austausch auf Augenhöhe mit gesellschaftlich marginalisierten Gruppen, denen man eine Plattform bieten will, schwieriger. Es kann also nicht das ultimative Ziel sein, einen eigenständigen dritten Sektor, der nach den Prinzipien der »Gemeinnützigkeit, Selbstbestimmung, Selbstorganisation«¹⁹ geregelt ist, in einem abgesteckten Rahmen zu etablieren. Vielmehr müssen diese alternativen Organisationsformen ausgeweitet und in andere Gesellschaftsbereiche hineingetragen werden. Denn, wie Oliver Marchart in seinem Beitrag zur Publikation anlässlich der Linzer Medienkonferenz 1999 feststellt, heißt »Politisierung für das Feld der Kultur vielmehr, dass zivilgesellschaftliche Assoziationen ihren vom Korporatismus zugewiesenen Gilden-Status ablegen und sich um andere und mehr Dinge zu kümmern beginnen als um ihre eigenen Partikularinteressen. Und damit ist nicht die Ausweitung des Charity-Prinzips gemeint, [...] sondern Einmischung in die allgemeinen Angelegenheiten des Gemeinwesens [...]«²⁰.

Dazu bedarf es allerdings auch eines Schwerpunkts auf emanzipatorischer Bildungsarbeit, denn solche Konzepte entstehen nicht im luftleeren Raum. Emanzipatorische Bildung in der freien Medienarbeit kann helfen, gesellschaftliche Widersprüche und Unterdrückungsmechanismen aufzudecken. Sie kann dazu beitragen, sozialen Wandel herbeizuführen und einen wichtigen Stellenwert im Kampf sozialer Bewegungen und Initiativen einzunehmen. Denn auch Bildung selbst ist niemals neutral, sondern entweder Instrument der Befreiung oder der Domestizierung des Menschen (Paulo Freire). Derart kann man dem hegemonialen, auf wirtschaftliche Verwertbarkeit ausgerichteten (Bildungs-)diskurs eine

18 Paula Pfoser (2012). »Freie Medien: Alte Forderungen: Zur Selbstorganisation und Lage der alternativen Medien in Österreich«, in: *MALMOE* 60.

19 *Linzer Erklärung 1999*, S. 154.

20 Oliver Marchart (1999). »Öffentlichkeit als Voraussetzung demokratischer Politik«, in: Gerald Raunig und Martin Wassermair (Hg.) (1999). *sektor3medien99: Kurskorrekturen zur Kultur- und Medienpolitik*, Wien: IG Kultur Österreich, 61f.

konkrete, auf dem Prinzip der Solidarität der Unterdrückten beruhende Alternative entgegenhalten. Und genau für diese Bildung und kritische Information braucht es soziale, kollektive Räume, wo sie weiterentwickelt und bearbeitet werden können und wo Sozialisierungen und gemeinsame Lernprozesse stattfinden. Dies ist die entscheidende und produktive Schnittstelle zwischen freier Medien- und emanzipatorischer Bildungsarbeit und der Praxis direkter Demokratie.

Fazit

Ich habe in diesem Beitrag aufzuzeigen versucht, dass viele der Begrifflichkeiten, die gemeinhin als emanzipatorisch oder partizipatorisch gelten, nicht per se für eine progressive Gesellschaft stehen. Vielmehr müssen Rahmenbedingungen erfüllt sein, um sie sinnvoll mit Leben und Widerstand zu versehen. In Zeiten der multiplen Krise unseres Wirtschaftssystems ist die Notwendigkeit größer denn je, alternative Konzepte voranzutreiben und für Freiräume und eine andere Gesellschaft zu kämpfen. Solcher Gestaltungsraum lässt sich jedoch weder reglementarisch festschreiben noch pädagogisch verordnen. Er muss erkämpft und mit Leben gefüllt werden. Und dafür muss er an eine lebendige Gemeinschaft und Bewegung geknüpft sein, denn zu einer Demokratie gehören selbstbewusste und widerständige BürgerInnen. Und dieser Widerstand muss wiederum kollektiv erlernt und erfahren werden. Alternative Medien können dafür wichtige virtuelle wie auch physische Räume eröffnen, die zum Kristallisationspunkt vielfältiger Anstrengungen werden und Lern- und Sozialisierungsprozesse begünstigen. Wie man diese Räume sinnvoll bearbeiten kann, dazu lohnt einerseits ein Blick in den reichen Fundus linker Bewegungsgeschichte und andererseits kann man von den neuen und kreativen Organisationsformen der gegenwärtigen Protestbewegungen lernen.²¹ Denn was letzteren trotz temporärer Rückschläge gemein ist, ist die

21 Ein gelungenes Beispiel in Österreich dafür sind die jüngsten Proteste gegen die Budgetkürzungen im Gesundheits- und Sozialbereich in der Steiermark. Siehe: Leo Kühberger und Samuel Stuhlpfarrer (Hg.) (2011). *Angekommen: Krise & Proteste in der Steiermark*, Graz: Forum Stadtpark. Auf globaler Ebene liefern Azzellini und Sitrin (2014) spannende Einblicke in die Spezifika der jüngsten Protestbewegungen. Vgl. Dario Azzellini und Marina Sitrin (2014). *They Can't Represent Us!: Reinventing Democracy from Greece to Occupy*, London: Verso.

unbändige Suche nach neuen politischen Emanzipationsstrategien und kollektiven Formen gesellschaftlicher Kontrolle und Entscheidungsfindung. Diese sollen letztlich die Dichotomie von Markt (individuelle Eigenverantwortung) und Staat (paternalistische Fürsorge) überwinden. Die Erfahrung zu machen, dass auch andere Organisationsformen jenseits der kapitalistisch-konsumistischen Verwertungs- und Akkumulationslogik möglich sind, ist das Wesentliche einer solchen Öffnung. Denn um dem Eingangszitat von Friedrich A. von Hayek etwas entgegenzusetzen, sollten wir uns in Erinnerung rufen, dass »die Geschichte der Demokratie eine Geschichte des Kampfes ist« (Tariq Ali).

—> Michael G. Kraft ist Sozialwissenschaftler und Philosoph, Lehrbeauftragter für soziale Bewegungen an der Johannes Kepler Universität Linz am Masterstudiengang Politische Bildung. Jüngste Veröffentlichungen: *Soziale Kämpfe in Ex-Jugoslawien*, Hg., 2013 (Mandelbaum: Wien), *Kunst, Krise, Subversion. Zur Politik der Ästhetik*, Hg. gemeinsam mit Bandi, Lasinger, 2012 (transcript: Bielefeld).

ANSICHTEN.

BLICHE
AUF FREIE
RADIOS

COMMUNITIES UND DER POLITISCHE BEGRIFF DES GEMEINSAMEN

von Barbara Huber

Ich wurde gebeten, für diese Studie einen Beitrag über das Thema ‚Communities‘ in Freien Radios zu schreiben. Ich zögerte jedoch etwas, weil ich mich aus zweierlei Gründen nicht als die richtige Person dafür ansah.

Erstens habe ich mich sechs Jahre lang nicht in diesem Land befunden, war weg von der freien Radioszene und habe deshalb einige Diskurse, Diskussionen und Entwicklungen verpasst. Zweitens arbeite ich mittlerweile selber wieder bei einem Freien Radio¹ und mich beschäftigen eben diese Communities sehr. Das sah ich eher als ein Hindernis an, da eine Kritik von innen etwas eigenartig wirken kann. In Zeiten des Heiteren-scheitern-Könnens versuche ich mich also an einem Artikel, in dem ich der Frage nach den Communities im Freien Radio nachgehe. Eine Innenansicht sozusagen.

Weil wir in Zeiten der allgegenwärtigen Enzyklopädie leben, tippe ich also schnell in mein Suchfeld mit dem blauen geschwungenen ‚g‘ den Begriff ein:

COMMUNITY

Natürlich poppt mir gleich der englische Wikipedia-Eintrag entgegen, den ich auch anklicke. Meine Augen browsen über Begriffe wie ‚Community Development‘, Community Building, (wo ich auch auf den Begriff der Pseudocommunity stoße) und auf viele wissenschaftliche Einteilungen, in denen der Begriff eine Rolle spielt.

Im deutschen Wikipedia gibt es keinen Eintrag zu Community, obwohl der Begriff im Deutschen mittlerweile Eingang gefunden hat. Dort wird Community mit Gemeinschaft übersetzt. Das Wort Gemeinschaft ist mit dem Wort »gemein« und »allgemein« verwandt. Eine weitaus ältere Bedeutung gibt es jedoch auch noch:

1 Die Autorin ist Zuständige für den Bereich Aus- und Weiterbildung im Radio ORANGE 94.0 in Wien

»Ausgangsbedeutung von **gemein** ist danach *worin man sich abwechselt, was einem im Wechsel mit anderen zukommt, was mehreren in gleicher Art gehörig ist*, woraus sich dann die Bedeutungen *gemeinsam, gemeinschaftlich, allgemein* entwickelten.«²

Gemeinschaft konstituiert sich also über (Aus)Tausch und verweist klar auf ein konstruiertes Wechselverhältnis, das alles andere als natürlich ist.

Das Wort Gemeinschaft hat im Deutschen jedoch eine etwas schwierige Geschichte, wenn man sich die Volksgemeinschaft im Nationalsozialismus vergegenwärtigt³. Historisch pointiert sich der Begriff im deutschsprachigen Raum auch in dem Gegensatz Gemeinschaft – Gesellschaft. Die Gemeinschaft verweist dabei auf einen vor-politischen, ‚natürlichen‘ Bereich, der erst durch die Gesellschaft strukturiert wird. Das Ursprüngliche sei aber ‚eigentlich‘ die Gemeinschaft.

»Der Gegensatz zwischen Gemeinschaft und Gesellschaft, der sich Ende des 19. Jahrhunderts ausdifferenzierte, ist ein deutschsprachiges Phänomen. Er ist untrennbar mit den damaligen Wirrungen der politischen Realität, mit natur- und volksromantischem Denken und mit der sprichwörtlich gewordenen Identitätskrise der Deutschen verbunden. Die Aufspaltung der Realität in eine vorpolitische, organisch-gemeinschaftliche und eine politische, mechanisch-gesellschaftliche Dimension ist in andere Sprachen nicht übersetzbar.«⁴

So dient die Verwendung des Begriff Community⁵ wahrscheinlich als eine Ver-

2 <http://de.wiktionary.org/wiki/gemein> (abgerufen: 14.12.2013)

vgl. auch: Kluge, Friedrich: *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*, Walter de Gruyter, Berlin 1995; Seite 311

3 Juliane Spitta: Gemeinschaft, Multitude oder das Kommune – Begriffsperspektiven im Spannungsfeld zwischen nationaler Identifikation und kollektiver Aneignung
http://www.grundrisse.net/grundrisse35/Gemeinschaft_Multitude.htm (abgerufen: 7.1.2014)

4 ebenda

5 Der englische Begriff Community wird vom lateinischen ‚communis‘ abgeleitet, in dem das Wort ‚munus‘ steckt, das ‚Verrichtung, Aufgabe‘ bedeutet. Im Kluge – etymologischen Wörterbuch wird das Wort als gleichbedeutend mit dem Wort ‚gemein‘ angeführt.

deckung/Verschiebung, um nicht in die Falle des historisch belasteten Begriffes Gemeinschaft zu gehen.

Doch wird durch den Ersatz eines Wortes durch ein anderes der historische Ballast ebenso entsorgt? Oder wird auch in Freien Radios Gemeinschaft bzw. Community als Begriff für Organisch-Gemeinschaftliches weiter reproduziert?

Gruppenzuschreibungen dienen auch der Sichtbarmachung

Wenn in Freien Radios von Community die Rede ist, so sprechen wir von verschiedenen Gruppen, die wir anhand verschiedener Merkmale klassifizieren, einteilen und uns vor Augen führen. Die Studierenden, die Esoteriker_innen, die HipHopper_innen, die bulgarischen Sendungsmacher_innen, die queeren Feminist_innen etc.... Anhand dieser Einteilungen, die auch das Programmschema eines Freien Radios beeinflussen (können und es auch tun), kann man sich das radiomachende Konglomerat an Menschen vor Augen führen und es wird leichter, über sie zu sprechen. Diese Einteilungen sind ja auch bis zu einem gewissen Grad sinnvoll, wenn man an die Gestaltung eines Programmschemas denkt, das sich an gemeinsamen Merkmalen von Sendungen orientiert. So gibt es Schienen für Musik, Kultur, Frauen und Lesben, Mehrsprachigkeit, Minderheiten etc... Also eine akustische ‚if you listened to this you may also like...‘-Einteilung. Weiters haben viele Gruppen/Gemeinschaften/Communities um eine Zuschreibung gekämpft, um gesellschaftlich überhaupt sichtbar zu sein.

Denn die einen sind im Dunkeln
und die andern sind im Licht
und man siehet die im Lichte
die im Dunkeln sieht man nicht.⁶

Gesellschaftlich sichtbar zu sein heißt auch, benannt zu werden. Dinge ohne Namen kommen in unserer Welt nicht vor. Erst was durch Benennung in Erscheinung tritt, ist auch gesellschaftlich anwesend.

Eigendefinitionen ermöglichen auch, möglichen negativen Fremddefinitionen

6 Bert Brecht, Dreigroschenoper

zuvorzukommen oder diese umzudeuten und sich anzueignen (wie es z.B. beim Begriff ‚queer‘ passiert ist). Das ermöglicht es, die Definitionsmacht zurückzugewinnen und dadurch gesellschaftlich auch anders in Erscheinung zu treten.

Problematisch sind diese Zuschreibungen und Attribute jedoch allemal. Und zwar die Selbst- wie auch Fremdzuschreibungen, wenn sie als (neue) Natürlichkeit in unser Denken Eingang finden.

Die Versuchung ist groß, der Sendung, die in einer bestimmten Sprache ausgestrahlt wird, auch ein Publikum gegenüberzustellen, das diese Sprache spricht und sich ebenso verhält. Wir machen uns bei bestimmten Sprachen auch schon ein Bild davon, wie diese Menschen leben, wie sie sich verhalten, über ihre *Kultur*. So haben wir von einer englisch sprechenden weiblichen Person mit britischem Akzent ein komplett anderes Bild als von einer türkisch sprechenden männlichen Person. Genauso unterscheiden sich bei uns die Bilder, wer denn da jetzt vor den Radiogeräten sitzt und zuhört – oder vermeintlich zuhört. Im ersten Fall könnte in uns vielleicht ein Bild von einem eher heterogenen urbanen Publikum herumgeistern und im zweiten Fall eine homogene türkischsprachige⁷ Diaspora, die ein gewisses Bildungsniveau (nicht) besitzt. Während wir ersteres Publikum in seiner Vielfalt anerkennen und es mit positiven Eigenschaften ausstatten (jung, urban, gebildet, interessiert, kritisch...), machen wir aus der zweiten Gruppe einen unbestimmten Haufen, der in sich nicht mehr differenziert wird.

Wie Alice Pechriggl in Bezug auf die griechische Polis ausführt:

»Der plêthos ist also zuerst unbestimmte Zahl, Quantität, dann undifferenzierte Menge oder Haufen, welche der sie qualifizierenden Bestimmungen oder Eigenschaften entbehrt (...). Als solche ist die konkrete Menge für Pla-

7 Ich habe hier Türkisch verwendet, obwohl sich diese Sprache durch viele andere ersetzen lassen würde (Albanisch, Georgisch, Rumänisch...). Auch unter den Sprachen gibt es eine Hierarchie. Während zB. Englisch, Französisch oder Spanisch mit positiven Attributen besetzt werden (Weltsprachen, Bildung, Klasse) werden viele andere Sprachen mit negativen Attributen besetzt und sind nicht attraktiv zu lernen (Marginalsprachen, Land ist als potentiell zeitweises Auswanderungsland nicht attraktiv, Interesse für Land und Kultur nicht gegeben).

ton an sich suspekt und der Mangel an Eigenschaften bzw. Bestimmungen bleibt nicht ohne Folgen in der ontologischen Hierarchie, welche die Unbestimmtheit an sich als negativen Wert gegenüber der klaren und vereinigen- den Bestimmung setzt.«⁸

Die Menge, der Haufen, die Masse wird in dem Fall mit dem Attribut »türkisch« versehen, trägt sonst aber in sich kein Unterscheidungsmerkmal. Als eine der größten Einwanderungsgruppen in Österreich gibt es weiterhin ein Bild davon, wie diese Gruppe ist bzw. eigentlich sein soll. Unterscheidungen innerhalb der Gruppe werden wenig bis kaum vorgenommen – zumindest nicht, wenn von der Einwanderungsgruppe als Ganzes die Rede ist. Einzelne Individuen, die man bisweilen auch von der Arbeit/ dem Freundeskreis oder anderen Aktivitäten kennt, sind entweder eine Ausnahme oder bestätigen die Regel. Insofern bleibt der Haufen ein undifferenzierter Haufen, der auch als bedrohlich wahrgenommen werden kann (und wird). So beinhaltet jeder Überbegriff für Communities auch die potentielle Möglichkeit, diese rein anhand dieses Begriffs zu klassifizieren und ein stereotypes Bild davon auf jedes einzelne Individuum, auf das dieser eine Begriff zutrifft, auszuweiten, sie zu einem undifferenzierten Haufen zu machen und sie dadurch auch in der ontologischen Hierarchie mit negativen Attributen zu behaften (die sehen alle gleich aus, die sind alle so und so). Und das trifft dann tatsächlich auf viele Communities zu, die nicht nur ethnische Merkmale vereinen: die Jugendlichen, die Alten, die Skater_innen, die queeren Feminist_innen. Die Liste lässt sich beliebig fortsetzen.

Reproduzieren Förderkriterien gesellschaftliche Hierarchien?

Reproduzieren Freie Radios diese gesellschaftlichen Hierarchien dadurch, dass sie Klassifizierungen als Einteilungsschema von Sendungen anbieten bzw. auch konstruieren und reproduzieren? Oder auch dadurch, dass sie Zielgruppen definieren, die sowohl als Sendungsmacher_innen wie auch als Hörer_innen diejenigen sein sollen, für die das Freie Radio auch gedacht ist?

8 Alice Pechriggl: Von der Menge zur Polis. Quantität und Qualitäten der Menge (http://www.grundrisse.net/grundrisse12/12alice_pechriggl.htm, abgerufen: 7.1.2014)

In der Charta der Freien Radios in Österreich ist unter dem Punkt ‚Offener Zugang/Public Access‘ zu finden:

»Freie Radios geben allen Personen und Gruppen innerhalb des gesetzlichen Rahmens die Möglichkeit zur unzensurierten Meinungsäußerung und Informationsvermittlung. Vorrang haben dabei soziale, kulturelle und ethnische Minderheiten sowie solche Personen und Gruppen, die wegen ihrer gesellschaftlichen Marginalisierung oder sexistischen oder rassistischen Diskriminierung in den Medien kaum oder nicht zu Wort kommen.«⁹

Wer diese Gruppen sind, wird in der Charta nicht näher erläutert. Und das aus gutem Grunde. Die fehlende Konkretisierung ist der Versuch, nicht in die Falle zu tappen, Gruppen an Merkmalen festzumachen bzw. andere Gruppen, auf die das ebenfalls zutrifft, überhaupt nicht zu nennen. Dennoch bleibt dies den Radios intern nicht erspart.

Wenn Freie Radios im täglichen Betrieb stehen und über die üblichen Förderansuchen hinaus Projekteinreichungen verfassen bzw. (auch auf europäischer Ebene) ein Existenzrecht erstreiten müssen, das auf Argumenten beruht, warum der Dritte Mediensektor von (förderungswürdiger) Bedeutung ist, muss auf Formulierungen zurückgegriffen werden, die Einteilungen machen und sozial, kulturell und ethnisch marginalisierte Gruppen benennen.

Das ist aber in erster Linie nicht ein Problem, das von den Radios generiert wird, sondern von den Forderungen der Fördergeber_innen¹⁰.

9 http://freie-radios.at/article.php?ordner_id=27&id=194, abgerufen: 04.01.2013

10 Böse könnte man behaupten, dass in einer Zeit, in der der Sozialstaat mehr und mehr Abbau erfährt, marginalisierte Gruppen anderswo aufgefangen werden müssen. Und sei es nur, um ihnen eine Beschäftigungstherapie zu verpassen oder sie in einen strukturierten Alltag (wieder) eingliedern zu können. Projekte sind dazu bestens geeignet. Sie sind zeitlich begrenzt, relativ unaufwändig für den Fördergeber, billiger als strukturelle soziale Maßnahmen und jederzeit kann man die Förderung einfach verweigern. Gesucht werden ‚Best Practice‘ Beispiele, durch die man das antragstellende Fußvolk bei Laune hält, wenn es denn zu einer Prämierung eines solchen kommen sollte.

Das Dilemma der Freien Radios ist, dass diese Gruppen dadurch mit mehr und mehr Attributen ausgestattet werden, die sie als sozial, kulturell und sprachlich minder kennzeichnen. Um Förderkriterien zu entsprechen und um den Freien Radios ihre Existenzberechtigung zuzusprechen, laufen Freie Radios Gefahr, Haltungen und Urteile zu reproduzieren, gegen die anzutreten sie eigentlich vorgeben. Gruppen und Individuen werden durch den Druck des Benennens zum Objekt des Begehrens und nicht als Medienproduzent_innen wahrgenommen. Dieses Objekt des Begehrens vereint typischerweise alle Merkmale, die in der Charta der Freien Radios gestreift werden: gesellschaftlich, sexuell und ethnisch marginalisiert – eine soziale, ethnische und kulturelle Minderheit. Je mehr, desto besser.

Wer hört welche Sendungen?

Welcher Realität diese Zuschreibungen entsprechen, kann man sich leicht selbst vor Augen halten. Denn wer hört nun wirklich welche Sendung?

Viele queer_feministische Menschen finden eine Sendung über Queer_Feminismus vielleicht gar nicht gut, weil sie vom **Inhalt** her nicht deren Lebensrealität reflektiert. Dennoch würden sich alle als queer_Feminist_innen bezeichnen. Vielleicht finden diese Sendung aber manche gut, die aus sogenannten ‚bildungsfernen‘ Schichten stammen, weil sie dem normierten Bildungsbetrieb nicht entsprechen, aber ihren Verstand zu benutzen wagen.

Bei fremdsprachigen Sendungen kann man auch fragen, wer diese **Sprache** überhaupt spricht, und das können sehr viele sein: Menschen, die diese Sprache gerade lernen, eine_n (Ehe)partner_in haben, der/die diese Sprache spricht, oder die, die ein paar Worte im Urlaub aufgeschnappt haben. Minderheiten, die in diesem Land leben und die Sprache als Zweitsprache gelernt haben, oder Leute, die einen oder beide Elternteile aus diesem Land haben, aber woanders aufgewachsen sind und die Sprache noch (rudimentär) sprechen. Menschen, die beruflich damit in Kontakt kommen oder auch in ihrer Freizeit, weil sie Freund_innen haben, die diese Sprache sprechen.

Auch bei **Musik** können wir Ähnliches feststellen. Eine Musiksending mit traditioneller Musik hören vielleicht auch Leute, denen diese Musik generell gefällt, weil sie zB. in einem Nachbarland wohnen, wo die Musik ähnlich ist, oder weil sie einer Minderheit in einem der Nachbarländer angehören oder weil sie das mit

Urlaubsgefühlen verbinden und/oder es ihnen einfach gefällt.

Kurz und vereinfacht gesagt, kann eine Hörer_innen-Community weit heterogener sein, als man versucht wäre, an Merkmalen wie Sprache, Inhalt oder ästhetischem Interesse zu vermuten. Die Motivationen, Hintergründe und Situationen sind weit vielschichtiger und komplexer.

Ich möchte hier nochmal auf den anfänglichen Community-/Gemeinschaftsbegriff zurückkommen. Gemeinschaft hat nichts mit Äußerlichkeiten zu tun, sondern entsteht erst im (Aus)tausch mit anderen. Es ist also gerade nicht so, dass es eine statische Gemeinschaft gibt, in die man hineingeboren wird und an die man sich als Individuum anpasst. Vielmehr muss jede Gemeinschaft mit jedem neuen Individuum, das in diese Gemeinschaft Eingang findet, wieder und wieder neu verhandeln. Eine Sprachgemeinschaft gibt es also nur deshalb, weil sie sich im Austausch mit anderen als solche generiert. Das muss aber gleichzeitig nicht heißen, dass Sprache eine homogene Sprache sein muss, sondern nur, dass sie im Austausch passiert. Mehrere Sprachen können ja genauso ‚mehreren in gleicher Art gehörig sein‘¹¹.

Was ist eigentlich eine soziale Minderheit?

Zudem möchte ich feststellen, dass Bruchlinien auch und immer noch stark anhand von Klassenunterschieden verlaufen und Ethnie, Kultur oder Geschlecht nicht alleinige Merkmale von Bruchlinien sind. Die Charta der Freien Radios benennt ökonomische Faktoren nicht per se, sondern subsumiert sie unter dem Begriff ‚sozial‘, wobei die Frage aufkommt, was eigentlich eine soziale Minderheit ist.¹²

11 <http://de.wiktionary.org/wiki/gemein> (abgerufen: 14.12.2013)

12 Begriffe wie Klasse oder sozial bedürfen einer eigenen Diskussion, die hier nicht geführt werden kann. Generell kann gesagt werden, dass sich Armut und soziale Bedürftigkeit nicht nur aus der Frage des Einkommens ergeben, sondern auch aus den Komponenten Zugang zu gesellschaftlichen Aktivitäten, Zugang zu Bildung und Arbeit und Häufigkeit von Krankheiten. Insofern ist ein rein ökonomischer Faktor tatsächlich nicht zwangsläufig ein Kriterium, da die Ausgangslagen und Situationen zu unterschiedlich sind. Diese Definition wurde in Anlehnung an die Armutskonferenz formuliert: <http://www.armutskonferenz.at> (abgerufen: 4.1.2014)

Im Wiener Radio ORANGE 94.0 gab es 2012 eine Umfrage unter den damals bestehenden Sendereihen (ca. 150). In dieser Umfrage wurden auch das Alter, der (formale) Bildungsstand sowie das Einkommen (in groben Angaben) der Sendungsmacher_innen erhoben. Das Resultat zeigte, dass 73,6% derjenigen, die den Fragebogen ausgefüllt haben, einen höheren Abschluss besitzen (also Universität, FH oder Akademie) sowie weitere 11,5% eine AHS abgeschlossen haben.¹³ Es ist anzunehmen, dass diese Zahlen in den anderen Freien Radios sehr ähnlich aussehen.¹⁴

»Ein politischer Begriff des Gemeinsamen muss auf den Zugewinn von Freiheit und Handlungsfähigkeit derjenigen zielen, die keinen Anteil am Gemeinsamen haben.«¹⁵

Die Frage ist also, ob die Communities, die Freie Radios unterstützen wollen, auch tatsächlich bei diesen vertreten sind und ob sich diese Community-Zuschreibung und diese Communities auch selbst nach den angewandten Kriterien definieren.

Es gibt sehr viele Merkmale, die in Mainstream-Medien nicht medial vertreten sind. Ein großes Kriterium ist Sprache, die in den Freien Radios tatsächlich eine

13 Online Umfrage Radio ORANGE 94.0 vom 15.08 – 30.09.2012. Die Frage zum formalen Bildungsabschluss wurde von 87 Personen beantwortet.

14 Österreichweit ergibt der Bildungsstand der Bevölkerung im Alter von 25 bis 64 Jahren (für das Jahr 2011) folgende Zahlen in Prozent (höchste abgeschlossene Ausbildung ohne BMS, AHS, BHS und Kolleg):

Universität/FH: 11,9%

Hochschulverwandte Ausbildungen: 2,7%

Lehre: 36%

Pflichtschule: 19,2%

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/bildungsstand_der_bevoelkerung/073396.html (abgerufen am 9.1.2014)

15 Juliane Spitta: Gemeinschaft, Multitude oder das Kommune – Begriffsperspektiven im Spannungsfeld zwischen nationaler Identifikation und kollektiver Aneignung

http://www.grundrisse.net/grundrisse35/Gemeinschaft_Multitude.htm (abgerufen: 7.1.2014)

große Rolle spielt. Der Gesamtanteil nicht-deutschsprachiger Sendungen in den Freien Radios in Österreich beträgt ca. ein Drittel¹⁶. Freie Radios sind tatsächlich das einzige Massenmedium, das in diesem Punkt konsequent die gesellschaftliche Realität abbildet.

Es gibt jedoch noch andere Gruppen, die in der Charta der Freien Radios genannt werden, die nur sehr wenig Sendezeit im Radio einnehmen.

Das wären zum Beispiel Gruppen, die man nach einem niedrigen formalen Bildungsstand oder nach der Armutsdefinition klassifizieren könnte. Besonders die zweite Gruppe wird ja auch über den (schlechten/nicht vorhandenen) Zugang zu gesellschaftlichen Aktivitäten definiert. Anschließend an Juliane Spitta, die in den politischen Begriff des Gemeinsamen diejenigen miteinbezieht, die keinen Anteil daran haben¹⁷, wäre die Gruppe, auf die die Armutsdefinition zutrifft, eine große Zielgruppe.

Im Fahrwasser akademischen Bürokratismus

Die Frage bleibt jedoch: Wer sind diese Menschen? Wollen sie als derart definierte Gruppe überhaupt wahrgenommen werden? Korreliert der Bildungsabschluss mit einer Definition sozialer Bedürftigkeit oder mit der Frage nach einer Definition von Bildung überhaupt? Oder sind das genau die falschen Fragen, die hier gestellt werden, weil die Gewohnheit, Menschen unter solche Kategorien zu fassen, in einer freien Struktur, die projektartig gefördert wird, eine tägliche Normalität darstellt? Weil Förderstrukturen – und zwar die Förderstruktur in Hinsicht auf Geldgeber_innen sowie auf die Frage, wer vom Selbstverständnis der Freien Radios her gefördert werden soll – darauf beharren, Menschen zu klassifizieren, sie einteilbar, beschreibbar, bearbeitbar zu machen – also kurz gesagt: einem allumfassenden Verwaltungswesen in die Hand spielen.

Hier laufen die freien Strukturen, die 2013 ihr 15-jähriges Jubiläum gefeiert ha-

16 Peissl, Pfisterer, Purkarthofer, Busch: »Mehrsprachig und lokal – Nichtkommerzieller Rundfunk und Public Value in Österreich«, Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH, Band 4/2010, Seite 78

17 <http://de.wiktionary.org/wiki/gemein> (abgerufen: 14.12.2013)

ben, tatsächlich Gefahr, in das Fahrwasser eines akademischen Bürokratismus zu geraten, den sie durch Wiederholung ständig reproduzieren und zementieren.

»Um die Verbindung von Gemein-Diskurs und Nationalismus zu unterbrechen, ist es im Rahmen einer anti-essentialistischen Theorie notwendig, darauf zu insistieren, dass Gemein-Begriffe ihren Konstruktionsprozessen nicht vorausgehen.«¹⁸

Juliane Spitta, von der obiges Zitat stammt, arbeitet mit Hardt und Negris am Begriff der Multitude, der auf keine Identität mehr abzielt, sondern die Heterogenität der Menge als Ausgangs- und Endpunkt versteht. Freilich ist es in Zeiten des postmodernen Denkens wahrlich nicht mehr leicht, Begrifflichkeiten überhaupt ins Feld zu bringen, geschweige denn die Frage zu erörtern, wie denn damit in der Praxis gearbeitet werden soll.

Der Begriff der Multitude seinerseits versucht genau den Problemen der Zuschreibung insofern gerecht zu werden, als dass er Zuschreibungen als Identitätsformung nicht mehr akzeptiert. Ein Widerstand gegen den allumfassenden Bürokratismus also, der radikal verfährt und Identität als ein ständig wechselndes Konglomerat versteht.

Freie Radios könnten in Anlehnung an diesen Begriff einfach die Türen weiterhin weit offen lassen und jedeN reinkommen lassen, wer immer Ein- und Zugang zu dieser Türe findet (der Zugang erfolgt übrigens durchaus einer internen Reglementierung und Selektion)¹⁹. Die Frage ist jedoch, ob die verschiedenen Identitäten, die sich dort tummeln, dann im Endeffekt wirklich so verschieden sind oder ob sie nicht eigentlich doch sehr homogen (hinsichtlich formaler Bildung, Herkunft oder Sprache) sind.

18 http://www.grundrisse.net/grundrisse35/Gemeinschaft_Multitude.htm

19 Zugang zu den Radios wird einerseits über interne ‚Hausregeln‘ definiert, die durch die sogenannten ‚Großen Vier‘ (Antirassismus, Antifaschismus, Antisexismus und Wahrung der Würde des Menschen) formuliert werden. Andererseits müssen neue Sendungen durch ein Programmremium gehen, das die Sendungen anhand der großen Vier, sowie anderen Merkmalen annimmt oder ablehnt.

Um dies zu erfassen, wird auf verschiedene Merkmale zurückgegriffen. Die Studie von Radio ORANGE94.0 erfasst die höchste abgeschlossene Ausbildung genauso, wie es die Statistik Austria tut. Es werden also die gleichen Methoden angewandt, wie sie in der Wissenschaft oder - in Folge - in Qualitätsforschungen und Studien angewandt werden.

Warum aber?

Allein die Anwendung dieser Methoden verweist auf Strukturen, die es gewohnt sind, sich dieser Werkzeuge zu bedienen, um soziale Prozesse sichtbar zu machen. Es kann also davon ausgegangen werden, dass ein Großteil derjenigen, die in den Strukturen Freier Radios tätig sind, akademisch gebildet und dem alternativen Kultur- und Medienbegriff verpflichtet sind. Diese Positionen werden ebenfalls (un)bewusst reproduziert, wenn es um die Frage von Nachbesetzungen in den eigenen Strukturen geht.

Freilich haben auch die Freien Radios mitgewirkt und dafür (mit)gekämpft, dass verschiedene Gruppen, die in der Anwendung wissenschaftlicher Tools als soziale, ethnische und kulturelle Minderheiten ausgewiesen werden, überhaupt in Förderstrukturen aufgenommen und anerkannt wurden und gesellschaftlich einen (anderen) Platz und eine Stimme bekommen. Insofern könnte man sagen, dass die Freien Radios durchaus an der Produktion des Objekts des Begehrens mitbeteiligt waren.

Das Dilemma ist also auch hier ein zweifaches. Einerseits wird in den internen Strukturen ein Habitus und eine Vorgangs- und Arbeitsweise immer wieder reproduziert und andererseits das Objekt des Begehrens nicht als eigenes Subjekt wahrgenommen. Der Versuch, neue Gruppen und Communities anzusprechen und sie zu Produzent_innen zu machen ist im Ansatz schon problematisch, da Zuschreibungen verwendet werden, die oftmals wissenschaftlichen/akademischen Standards mehr entsprechen als einer Realität und dadurch immer etwas Externes bleiben müssen.

Wie kann mit diesem Dilemma umgegangen werden? Patentrezept gibt es sicherlich keines.

Als Vorschlag kann ich im Moment nur an einen ersten Schritt, jenseits langwieriger Diskussionsprozesse, denken: Diese Gruppen nicht nur als Objekte des förderantragstechnischen Begehrens oder – im besseren Fall - mediale Subjekte zu verstehen, sondern diese auch in die Verwaltung und Entscheidungsstrukturen der Radios und deren übergeordnete Organe miteinzubeziehen. Dieser Schritt wäre der radikale Einschnitt, der die Welt der Freien Radios vielleicht vom Kopf wieder auf die Füße stellen würde. Auf welchem Boden sie jedoch landen werden, kann noch niemand sagen.

—> Barbara Huber, Ausbildungsleiterin von Radio Orange in Wien, lebt und arbeitet mal gern, mal ungern. Als soziales Wesen bewegt sie sich in und um Communities und Un-Communities, arbeitet mit ihnen und gestaltet sie mit. An kühlen Augusttagen häkelt sie gerne Christbaumkugeln.

WIE KANN RADIO FÜR JUNGE FRAUEN ATTRAKTIVER WERDEN? DIE FRAGE IST FALSCH GESTELLT!

von Jessica Türk

Freie Medien wollen als drittes Standbein der Medienlandschaft die Gesellschaft so genau wie möglich abbilden. Dazu ist der Zugang zur eigenen Radiosendung für jede und jeden offen. Selbstverständlich spricht das Konzept einige mehr an als andere. Was zieht speziell junge Frauen an der Gestaltung der eigenen Radiosendung an? Was stößt sie vielleicht ab? Hier möchte ich erörtern, was laut meiner Erfahrung im Salzburger Freien Radio die Faszination bzw. die Problematik an der »jungen Frau im Freien Radio« darstellt.

Was zieht junge Frauen am Freien Radio an?

Gerade Freies Radio macht es möglich verschiedene Facetten der eigenen Persönlichkeit hörbar zu machen. Ich selbst habe über drei Jahre verschiedene Sendungen mitgestaltet. Das Konzept jeder Sendung gab dabei vor, welche Erfahrungen, Ansichten und Standpunkte aus mir sprachen. Kurz, Freies Radio macht es leicht sich auszuprobieren und Blickwinkel auszutesten.

Das Sendungskonzept, und damit die Struktur der eigenen Sendung, wird in der Regel aus der oder den eigenen Lebenswelt(en) heraus entworfen. Paradebeispiel für Radio von Frauen für Frauen bleibt natürlich feministisch motivierte Sendungsgestaltung. Dass Sexismus in vielen Lebensbereichen von Frauen leider immer noch eine Rolle spielt, ist aber, meiner Meinung nach, ein gesellschaftspolitisches Problem, keine Eigenheit von Freiem Radio. Im Gegenteil bietet Freies Radio eben die Plattform, um Missstände aufzudecken und das nicht nur, aber auch für (junge) Frauen.

In einer so stark medialisierten Zeit geben Freie Medien das Gefühl von Wertigkeit. Während Facebook, Twitter und Co. die Kommunikation auf ein Minimum beschränken, bieten Radio und Fernsehen die Möglichkeit, sich wieder eingehender mit einer Thematik zu befassen. Das ist vor allem in Schulworkshops zu beobachten. Während Mädchen in der Vorbereitung oft noch verhaltener sind

als ihre männlichen Schulkameraden, muss der Redefluss der Mädchen in der Aufzeichnung meist gestoppt werden.

Es ist eben doch etwas Besonderes zu wissen, dass zumindest stadtweit die eigene Meinung gehört werden kann. Beim Freien Radio kommt dazu, dass eine gewisse Anonymität gewahrt bleibt, die bei Mädchen und jungen Frauen oft letzte Hemmschwellen überwinden hilft.

Im Programm des Freien Radios sind nach eigener Definition vor allem die Menschen willkommen, die im öffentlich-rechtlichen, oder gar privat-kommerziellen Rundfunk keinen Platz finden. Das gibt die Gewissheit, dass Fehler erlaubt sind, und nimmt viel Druck. Besonders für StudentInnen, die bei der Salzburger Radiofabrik eine große Anzahl an SendungsmacherInnen bilden, sind Radiosendungen eine Gelegenheit, journalistische Theorie in die Tat umzusetzen. Learning by Doing in einem stark vom Community-Gedanken geprägten Umfeld erleichtert den Einstieg in ein beliebtes Arbeitsfeld.

Was stößt Frauen ab?

Das Gestalten einer Sendung auf einem Freien Radio Sender ist ein Hobby. Auch wenn viele SendungsmacherInnen dem Programm einen hohen Wert beimessen: Früher oder später enden Studium oder Praktikum, oder vielleicht verschieben sich auch die Interessen. So oder so, das Radio fällt dem Ernst des Lebens – meist dem Job – zum Opfer. Was an dieser Stelle nicht außer Acht gelassen werden darf, ist, dass es für junge Mütter tatsächlich beinahe unmöglich ist, eine regelmäßige Sendung zu führen. Das liegt sicher nicht am mangelnden Interesse. Ich glaub sehr wohl, dass ein Format speziell von jungen Müttern für junge Mütter Anklang finden könnte. Trotzdem gibt es nichts dergleichen in der Radiofabrik. Wiederum ist das aber nicht spezifisch auf Freies Radio bezogen, sondern generell zu sehen und das führt mich zu folgender Annahme: Die junge Frau im Freien Radio ist nur eine erdachte Figur.

Fazit

Während es auf den ersten Blick sehr interessant schien zu beleuchten, welche

Problematiken Freies Radio im Bezug auf Frauen birgt, wurde für mich schnell Folgendes klar:

Die »junge Frau im Freien Radio« ist erst mal ein Konstrukt. Man kann sich die Frage stellen, welche Sendungen wohl besonders von dieser Zielgruppe gehört oder gemacht werden würde, und solche Sendungen speziell fördern. Sexistisch motivierte Ungleichheiten bleiben schließlich auch im 21. Jahrhundert noch Thema und behalten daher ihre Relevanz und Brisanz auch im Freien Radio. Trotzdem macht es so eine Fragestellung allzu leicht in Klischees und vorurteil-behaftetes Denken abzurutschen, das u.a. mit dem dritten Mediensektor doch beseitigt werden soll.

Für junge Menschen – unabhängig vom Geschlecht – ist ein derart gerichteter Ansatz, meiner Meinung nach, also nicht ausreichend.

Stattdessen könnte man fragen, welche Art von Sendungen man von jungen Frauen erwarten würde und in welche anderen Kategorien man diese einordnen könnte. In der Radiofabrik z.B. gestalten Frauen zwischen 18 und 30 besonders Musiksendungen für elektronische Musik, Talk- und Kultursendungen. Um eventuelle Hemmschwellen zu beseitigen, könnten Workshops oder »Lehrredaktionen« speziell für Themen abgehalten werden, die gerade diese Zielgruppe gern umsetzt.

Ich glaube trotzdem, sobald man hinter den Mikrofonen eines Radiostudios sitzt, das zeigt meine Erfahrung, ist man nicht mehr abhängig von Geschlecht, Herkunft oder anderen äußeren Einflüssen. Gerade deshalb ist Freies Radio so wichtig für die Entwicklung einer Gesellschaft, die solche Konventionen außen vor lassen kann. Wichtig sind dann nur noch die Leidenschaft für das Sendungsthema und die Begeisterung dafür, diese mit anderen zu teilen.

→ Jessica Türk war von 2011 bis 2014 Sendungsmacherin beim Freien Radio »Radiofabrik« in Salzburg. Ebenda absolvierte sie auch eine Lehre als Medienfachfrau, die sie im September 2014 mit der Lehrabschlussprüfung abschloss. Im Herbst 2014 beginnt sie den Studiengang »Crossmediale Redaktion« an der Hochschule der Medien in Stuttgart.

AUDIOPHILE (R)EVOLUTION?

von Juliane Nagiller

Ein weißer Totenkopf auf schwarzem Hintergrund, Kopfhörer, statt Knochen zwei gekreuzte Mikros – die Pirat_innenflagge der Anfangszeit hängt immer noch mahnend im Eingangsbereich von FREIRAD, dem Freien Radio in Innsbruck. Sie erinnert an den langen Kampf um das Recht, die eigene Meinung auch in den Äther zu schicken und damit einer medialen Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Ein Recht, das in Zeiten von user generated content nach einer Selbstverständlichkeit klingt, dies aber viel zu lange beileibe nicht war. FREIRAD war lange Zeit eine Arena der Gegenöffentlichkeit, von der es in Tirol, einem Bundesland, das sowohl von einer Partei als auch von einem Medienhaus dominiert wird, nur wenig gab und immer noch wenig gibt. FREIRAD war immer schon mehr als ein Freies Radio. Es war und ist ein politisches Projekt, das einen bestimmten Anspruch verfolgt und die Bildung sowie Arbeit zivilgesellschaftlicher Initiativen vor Ort unterstützt. Wie alle Freien Radios Österreichs ist auch FREIRAD der Charta der Freien Radios Österreich verpflichtet und verfolgt den Anspruch, eine selbstbestimmte, solidarische und emanzipatorische Gesellschaft zu fördern.

Doch welche gesellschaftspolitische Rolle können Freie Radios in Zeiten von User-Generated Content, Social Media und Weblogs übernehmen? Sind Freie Radios mehr als mediale Artikulationsräume? Können sie im 21. Jahrhundert, das von einer Informationsflut geprägt ist, noch Widerstandsnester oder Gravitationszentren für soziale Bewegungen sein?

Medien stehen immer in einer Beziehung zu ihrer Umwelt. Die Beziehung Freier Radios zu ihrem unmittelbaren lokalen, politischen und gesellschaftlichen Umfeld steht im Zentrum dieses Artikels. Exemplarisch soll am Freien Radio in Innsbruck, FREIRAD, gezeigt werden, welche Rolle ein Freies Radio neben dem Bereitstellen eines offenen Zugangs noch spielen kann. FREIRAD versorgt seit 2002 legal über die Frequenz 105.9 MHz den Großraum Innsbruck. Entstanden ist es aus der sogenannten Radiopirat_innenszene heraus, die sich Ende der 80er Jahre formierte. Anfangs noch als »Radio Radiator« auf Sendung, wurde Anfang der 1990er Jahre der Verein »Freies Radio Innsbruck FREIRAD« gegründet. In

den darauffolgenden Jahren setzten sich die Mitglieder des Vereins intensiv für die Verwirklichung eines legalen Freien Radios für Tirol und Innsbruck ein, was 1999 im Rahmen einer befristeten Lizenz für 14 »Radiotage« und 2001 mit der Erteilung der Volllizenz auch gelang. Obwohl damit die vorrangig politische Arbeit ein erfolgreiches Ende fand, sieht sich FREIRAD immer noch als politisches Radio, das sich auch klar politisch positioniert und die Ideologie der Radiopiraten_innen weiterträgt.

Sag was! - Diskurse zwischen Live-Tickern und stündlichen Updates

Es ist ein Trugschluss anzunehmen, dass Freie Radios tagesaktuelle Themen in den Äther schicken. Dies will und kann, zumeist aufgrund fehlender finanzieller Ressourcen, ein Freies Radio nicht leisten. Natürlich greifen Radiomacher_innen tagesaktuelle Themen in ihren Sendungen auf. Doch darin liegt nicht die Stärke eines Freien Radios. Was Freie Radios in ihrem Programm allerdings sehr wohl schaffen, ist Diskurse anzuregen und vor allem diesen mediale Öffentlichkeit einzuräumen. FREIRAD tut dies primär im Rahmen von Schwerpunkttagen und Sondersendungen. Im letzten Jahr wurden im Rahmen solcher 320,59 Stunden Sonderprogramm gesendet und somit politische Akzente gesetzt. Während Algorithmen in Sozialen Netzwerken bewirken, dass wir immer stärker in unserer »filter bubble« gefangen sind, also nur mehr Inhalte sehen, die zu unseren Suchverläufen passen bzw. von Freunden oder Seiten, mit denen wir gehäuft interagieren, veröffentlicht werden, brechen Freie Radios diese von außen vorgegebene Informationsfokussierung auf und konfrontieren ihre Hörer_innen auch immer wieder mit für sie »ungewohnten« Inhalten. Gerade im regionalen und lokalen Kontext können so Schwerpunkte gesetzt werden. Auf die Sonderprogramme von FREIRAD gibt es durchgehend positive Rückmeldungen. Gerade im Tiroler Kontext eines dominanten Medienhauses braucht es Schwerpunktsetzungen, die medial marginalisierte Themen vor den Vorhang holen und dafür sorgen, dass diese nicht in der medialen Öffentlichkeit in Vergessenheit geraten. Sendeschwerpunkte werden ebenso kurzfristig gesetzt oder so positioniert, dass sie Aktionismus vor Ort unterstützen, wie beispielsweise der Sendeschwerpunkt »Wider den Kommers – zum Fünften«, der anlässlich der Großdemonstration gegen ein erneutes Burschenschaftertreffen in Innsbruck 2013 in den Stunden vor der Demonstration gesendet wurde.

Freie Radios betreiben keinen Journalismus, wollen ebenso wenig alternativen Journalismus anbieten. Freies Radio *muss* subjektiv sein. Diese Subjektivität wird jedoch nicht verschleiert, sondern den Zuhörer_innen kommuniziert. Je nachdem, wer gerade spricht, werden immer wieder neue bzw. andere Standpunkte eingenommen. Im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen oder kommerziellen Rundfunk wird nicht der Anspruch verfolgt »wahre Information« zu vermitteln, sondern dieser Anspruch kritisch hinterfragt. Indem Freie Radios Bürger_innen zu Radiomacher_innen ausbilden, entmystifizieren sie das Medium Radio: Hörende werden zu Sendenden. Die Emanzipation liegt in der prinzipiellen Austauschbarkeit dieser beiden Rollenzuschreibungen. Mit der Erfahrung des »Selbst Radio Machens« wird jede und jeder zur/m Expert_in des Alltags. Dabei wird nicht nur die hegemoniale Informationsproduktion aufgebrochen, sondern es werden auch die technischen Manipulations- und Verzerrungsmöglichkeiten des Mediums sichtbar. Radio ist nicht mehr länger ein top-down vermittelndes Informationsmedium, sondern ein Kommunikationsmedium, das von allen genutzt werden kann und dabei unterschiedliche Meinungen und Standpunkte in den öffentlichen Meinungsbildungsprozess einbringt. Die offen kommunizierte Subjektivität, mit der Freie Radios ihre Zuhörer_innen konfrontieren, zwingt diese wiederum dazu, sich mit dem Gesagtem auseinander zu setzen. Verbleiben im öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Hörfunk vermittelte Informationen zumeist unhinterfragt, da sie als »wahre Information« vermittelt werden, ist die / der Zuhörer_in nichtkommerzieller Programme nahezu gezwungen sich mit dem Gesagtem auseinander zu setzen, da es *eine* Sichtweise auf politische und gesellschaftliche Zusammenhänge anbietet.

Freie Radios fungieren somit nicht primär als Informations- oder Unterhaltungsmedien, sondern als Kommunikationsmedien, die Artikulationsräume abseits von Formatierungs- und Quotendruck anbieten. Mit der Eröffnung solcher Räume spielen Freie Radios eine entscheidende Rolle in der öffentlichen Meinungsbildung. Sie stoßen Debatten über gesellschaftliche, politische und schlussendlich auch gesetzgeberische Prozesse an, indem sie ebenso der Frage nachgehen: Wie wollen wir zusammenleben?

Das gesellschaftskritische Potential Freier Radios liegt nicht nur darin, dass dort andere Themen als in den Mainstream-Medien behandelt werden – diese Thema-

tisierung erfolgt auch in anderen alternativen Medien – sondern, dass ein Sprechen im Radio aktiv befördert wird, das Partizipation ermöglicht und in weiterer Folge auch herausfordert. Das Sprechen in Freien Radios ähnelt stärker dem Sprechen im Alltag als einer standardisierten Journalismus-Sprache. Natürlich gibt es Sendeformate, die auf eine formelle Interaktion abzielen, bei denen eindeutig definiert ist, wer die Rolle der/des Interviewer_in, wer die der/s Interviewten einnimmt. In denen die Frageblöcke recht kurz gehalten werden, die Antworten ausführlicher ausfallen, die Interviewer_innen das Thema des Interviews bestimmen und die Vorherrschaft im Frage-Antwort-Spiel inne haben. Doch viel öfter als solche klassischen Interviewformate werden im Freien Radio (Studio-) Gespräche geführt. Die / der Moderator_in stellt nicht nur Fragen, sondern tätigt ebenso Aussagen. Nicht er / sie allein bestimmt den Gesprächsverlauf, sondern ebenso ihre / seine Gäst_innen im Studio. Es herrscht ein hoher Grad an Spontaneität und das Recht auf Redezuweisung liegt nicht allein bei der / dem Moderator_in. Freie Radios ermöglichen durch den Gebrauch von Alltagssprache, dass alle zu Wort kommen können. Es gibt keine Vorgaben hinsichtlich Sprachkenntnisse, Stimmlage, dialektale Färbungen oder Formate. Die Kommunikation miteinander wird gefördert. Nicht nur Individuen, sondern ebenso gesellschaftliche Gruppen, Vereine oder Communities können sich über Freie Radios austauschen und somit Verständigung über Sicht- und Lebensweisen befördern. Das Medium Radio wird nicht vorrangig dazu genutzt aktuelle Information zu vermitteln, sondern durch die Inklusion aller den gesellschaftlichen Austausch und die öffentliche Kommunikation zu ermöglichen.

Medialer BlickWechsel – Berichterstattung abseits medialer Logiken

FREIRAD begleitet im Rahmen von Sonderprogrammen ebenso die österreichischen Wahlkämpfe von lokaler über regionale bis hin zur EU-Ebene. Dabei unterscheidet sich die Berichterstattung grundlegend von der Flut an Wahlkampfberichterstattung, die der öffentlich-rechtliche und kommerzielle Sektor anbieten, denn Freie Radios verfolgen nicht die vorherrschende Nachrichtenlogik politischer Berichterstattung. Diese ist zunehmend nicht nur geprägt von Infotainment, einer Vermischung von Politik- und Unterhaltungsfaktoren, sondern fokussiert seit geraumer Zeit auf Game und Horse-Race Faktoren. Dies bedeu-

tet, dass der politische Inhalt zu Gunsten der Thematisierung von Wahlkampfstrategien und -taktiken, möglichen Koalitionsoptionen und aktuellen demoskopischen Daten in den Hintergrund gedrängt wird. Der Auseinandersetzung mit politischen Fragen wird immer weniger Platz eingeräumt. Im Laufe des Wahlkampfs kristallisieren sich maximal drei bis fünf Themen heraus, denen sowohl von den Medien als auch von den politischen Akteur_innen Aufmerksamkeit zuteil wird. Alle anderen Themen werden für die Stimmenmaximierung als nicht relevant eingestuft und bevorzugt in der öffentlichen Diskussion vernachlässigt. Ebenso ist das österreichische Mediensystem seit Jahren mit einer fortschreitenden Boulevardisierung konfrontiert, einer Berichterstattung, die den Skandal und die Neuigkeit in den Vordergrund stellt, dabei nicht immer seriös recherchiert und kaum Hintergründe liefert, sondern auf kurze, griffige Schlagzeilen und Beiträge setzt.

Neben diesen vor allem im Wahlkampf eklatant werdenden Nachrichtenfaktoren ist es die hohe Medienkonzentration, die die öffentliche demokratische Meinungsbildung bedroht. Neben einem hohen ökonomischen Verflechtungsgrad der Presselandschaft gibt es wie beispielsweise in Tirol oligopolartige Stellungen von Bundesländerzeitungen, die ebenso cross-media Ownership betreiben, dies bedeutet, dass sie neben Zeitungen auch Magazine oder Radioprogramme herausgeben. FREIRAD versucht nicht die bestehende Medienlandschaft Tirols zu verändern, sondern selbstbestimmte und selbstkontrollierte Strukturen für Medienarbeit zu schaffen. Man sieht sich nicht in Konkurrenz zu den anderen medialen Angeboten Tirols stehend, will diese auch nicht korrigieren, sondern eine öffentliche Plattform für eine alternative Medienarbeit bieten. Dass dies gelingen kann, zeigt beispielsweise die Berichterstattung zu Wahlen sehr gut. Abseits von medialen Logiken, Boulevardisierungstendenzen und strategischen Fragestellungen wird mit Politiker_innen über politische Inhalte diskutiert – wie Bildung, Frauen, Migration, Medien oder Kultur, denen in den anderen Medien in Wahlkampfzeiten sehr wenig Raum geboten wird. Dass diese politischen Diskussionen auch für politische Akteur_innen von Interesse sind, zeigt die Tatsache, dass bis auf die Tiroler Volkspartei alle eingeladenen Parteien ihre Spitzenkandidat_innen zu den Sondersendungen zur Landtagswahl 2013 entsandten. Sendeschwerpunkte wie zur Tiroler Landtagswahl 2013 werden zumeist

auch sendungsübergreifend geplant und umgesetzt. Im Rahmen von regelmäßig stattfindenden Radiomacher_innen-Treffen werden inhaltliche Schwerpunkte für die kommenden Monate diskutiert. Das Thema wird anschließend von den einzelnen Sendungsmacher_innen in ihren Sendungen je nach Sendungskonzept ganz unterschiedlich beleuchtet. Solche kollektiven Schwerpunktsetzungen sind zwar sehr reizvoll, da sie eine selbstbestimmte Programmausrichtung darstellen, scheitern allerdings ebenso oft, wie sie gelingen.

Mit der Übertragung der »Aktuellen Stunde« aus dem Innsbrucker Gemeinderat sowie aus dem Tiroler Landtag, in denen jeweils Themen von politischer Bedeutung ohne Beschlussfassung debattiert werden, zeigt FREIRAD auch, dass es ein Radio ist, das politische Inhalte für die Zuhörer_innen zumutbar findet. Parlamentarische Prozesse werden nicht an den Rand des Programms geschoben oder in Spartensender verfrachtet, sondern zentral platziert. Mit der Übertragung der »Aktuellen Stunde« wird kontinuierlich über aktuelle politische Themen und die Positionen der Parteien zu diesen kommuniziert, die Zuhörer_innen werden für regionale und lokale politische Entscheidungsprozesse sensibilisiert und bis zu einem gewissen Grad wird auch politische Bildungsarbeit geleistet.

Politisch engagiert sich FREIRAD in erster Linie über Projekte. Sehr gut lässt sich dies an dem im Jahr 2013 stattgefundenen Projekt »Wir bleiben!« zeigen. In diesem Projekt stellte sich FREIRAD parteiisch auf die Seite von Flüchtlingen, deren Rechte von Behörden dieses Landes immer wieder gebrochen werden, und versuchte im Rahmen der Möglichkeiten des Mediums Radio Menschen auf der Flucht eine Hilfestellung für ihr dauerhaftes Dableiben anzubieten. Ein Redaktionsteam, bestehend aus Menschen mit Fluchtgeschichte, erarbeitete selbstständig zehn Sendungen in jeweils sechs Sprachen, in denen sie wichtige Informationen für Flüchtlinge und vor allem für ihren dauerhaften Aufenthalt in Österreich vermittelten. Menschen, die medial unterrepräsentiert sind, die nicht das Recht haben, journalistisch tätig zu werden, *über* die zumeist nur gesprochen wird, konnten bei »Wir bleiben!« für sie relevante Fragestellungen journalistisch aufarbeiten und für sich selbst sprechen. Indem FREIRAD Menschen, die nicht nur medial an den Rand gedrängt werden, vor den Vorhang holte, ihre Probleme sichtbar machte und ihnen eine selbstbestimmte mediale Plattform bot, sprach sich das Freie Radio Innsbruck auch gegen die immer restriktivere europäische und öster-

reichische Asylgesetzgebung aus. Während der Ungarn-Krise 1956 fanden über 170.000 Menschen Schutz in Österreich. In den 90er Jahren, während des Bosnien-Krieges, wurden 90.000 Vertriebene aufgenommen. Doch mittlerweile tut sich Österreich immer schwerer, Menschen auf der Flucht zu unterstützen – 2013 wurden mehr als 1.100 syrische Flüchtlinge nach Italien »zurück«geschoben. Asylsuchende, die in Österreich sind, dürfen weder einer Arbeit nachgehen noch über ihren Wohnort bestimmen, »Wir bleiben!« hat gezeigt, dass ihnen das Recht auf freie Meinungsäußerung jedoch nicht entzogen werden kann.

Mediale Spielwiese für drinnen und draußen

Kommerzielle Medien gehorchen ebenso wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk einer bestimmten Medienlogik. Radioformate müssen bestimmte Standards erfüllen. Standards, von denen man weiß, dass sie eine gewisse Anzahl der werberelevanten Zielgruppe begrüßt. Radiostimmen müssen innerhalb eines bestimmten Tonintervalls liegen und dürfen nur eine geringe dialektale Färbung aufweisen. Innovation kann nicht in einem solch durchstrukturierten Umfeld entstehen. Freie Radios hingegen verstehen sich als Experimentierfeld für neue Radioformate. FREIRAD motiviert neue Radiomacher_innen bereits in der Basisausbildung dazu, den Sender als ihre Spielwiese zu begreifen, die Grenzen des Mediums auszuloten und eventuell auch aufzubrechen. »Widergabe« ist ein Beispiel für eine Sendereihe, der dies sehr gut gelingt, da die nicht nur eine Radiosendung, sondern ein Spiel im öffentlichen Raum ist. Das Spiel wird über FREIRAD ausgestrahlt, die Spieler_innen treffen sich allerdings im öffentlichen Raum, geben dort das Gehörte wieder und bieten neue Formen der Interpretation und Umsetzung des Gehörten in der Öffentlichkeit dar.

Doch auch im Rahmen von Projekten finden Sendereien öfters neben dem Radio noch einen zusätzlichen Weg in den öffentlichen Raum. Die Sendereihe »Frontex Watch« setzte sich 2012 10 Monate lang mit den europäischen Außengrenzen auseinander und bot von Montag bis Freitag je 5 Minuten Hintergrundinformationen über die Festung Europa an. Die Sendereihe wollte nicht nur informieren, sondern auch den europäischen und transkontinentalen Widerstand gegen das bestehende Grenzregime dokumentieren. Ein regelmäßiger Bestandteil der Sendung war die Veröffentlichung der Todesmeldungen, die seit 1993 von der niederlän-

dischen NGO united against racism aus zahlreichen Quellen zusammengetragen wurden. Die Todesmeldungen wurden ins Deutsche übersetzt, aneinandergereiht und in Form einer 57-teiligen Plakatserie in Verkaufslokalen, Schaufenstern und anderen öffentlichen Orten in Innsbruck und ganz Tirol veröffentlicht.

Die Aneinanderreihung von Todesmeldungen, die lediglich über den Zeitpunkt des Verschwindens bzw. des Auffindens der Leichname, den Ort und die Art des Todes sowie das Herkunftsland Auskunft geben, orientierte sich formal an den Vermisstenlisten der Weltkriege. Im Unterschied zu den Listen von vermissten Soldaten enthalten die Todesmeldungen von den Grenzen Europas nur selten Namen. Wie an »Frontex Watch« beispielhaft gezeigt, gelingt es FREIRAD im Rahmen von Projekten nicht nur Themen kritisch zu diskutieren, die ansonsten in den Randspalten der Zeitungen verschwinden, sondern mit Hilfe medienübergreifender Aktionen auch den öffentlichen Raum schlaglichtartig für diese gesellschaftskritischen Belange zu sensibilisieren.

Meinungspotpourris als Anstoß für politischen Aktivismus?

Eine Voraussetzung für funktionierende Demokratien ist die Berücksichtigung gesellschaftlicher Vielfalt. Die vorherrschende Vielfalt an Meinungen muss artikuliert werden können und sich ebenso in der medialen Berichterstattung widerspiegeln. Denn Meinungsvielfalt muss in politische Entscheidungen transformiert werden. Dies kann allerdings nur gelingen, wenn diese Meinungsvielfalt auch in der Öffentlichkeit sichtbar ist. Das Recht auf freie Meinungsäußerung reicht nicht aus, es muss ebenso die Verbreitung dieser Meinungen über massenmediale Vermittlungskanäle gewährleistet werden. Öffentlichkeit muss ein Potpourri an Meinungen aufweisen, denn ansonsten besteht die Gefahr, dass Meinungen und Sichtweisen verstummen. Diesen Effekt nannte Elisabeth Noelle-Neumann Schweigespirale. Sie konnte zeigen, dass Individuen, die die öffentliche Meinung gegen sich glauben, ihre eigene Meinung verstärkt verbergen. Noelle-Neumann geht dabei von zwei Voraussetzungen aus. Auf der einen Seite beobachten Menschen ständig ihre Umwelt und andererseits besitzen wir eine Isolationsfurcht. Diese beiden Faktoren führen dazu, dass öffentliche Meinung teilweise auch als die Meinung wahrgenommen wird, die man artikulieren kann ohne die Gefahr der sozialen Isolation. Stimmt man mit der herrschenden Meinung überein, stärkt

das das Selbstvertrauen und erhöht somit die Artikulationsbereitschaft. Glaubt man die öffentliche Meinung gegen sich, sinkt die Artikulationsbereitschaft und man hält sich eher mit seinen Ansichten zurück. Das Resultat ist ein Spiralprozess, der dazu führen kann, dass eine Meinung, die bereits anfänglich als herrschende Meinung wahrgenommen wird, zur herrschenden Meinung wird, während alle davon abweichenden Meinungen nicht mehr artikuliert werden. Freie Radios wollen keine Gegenöffentlichkeit sein, allerdings die Vielfalt an Öffentlichkeiten vermitteln. Sie bilden die Realität besser als andere Medien ab, da sie ihre Diversität und Heterogenität aufzeigt. Sie zeigen, dass es nicht eine Öffentlichkeit gibt, sondern nur lose aufeinander bezogene Einzelöffentlichkeiten.

Indem Freie Radios einen offenen Zugang zum Medium Radio anbieten, holen sie Menschen aus ihrer Konsument_innenrolle heraus. Die Auseinandersetzung mit dem Medium macht die Macht der Medien auf politische Meinungsbildung bewusst. Somit fördern Freie Radios das kritische Denken und wollen in weiterer Folge auch Anstoß für politisches Handeln sein. Sie vermitteln Menschen die Fähigkeit, sich medial politisch zu artikulieren und ihre politischen Sichtweisen zu präsentieren. Aus meiner Sicht sind Freie Radios keine Brutstätten des Widerstandes. Sie sind nicht die Gravitationszentren sozialer Bewegungen. Auch wenn sie gesellschaftliches Aufbegehren medial betreuen, wie dies FREIRAD beispielsweise im Rahmen der »Uni brennt«-Bewegung tat, sind sie nicht direkt für dieses Aufbegehren verantwortlich. Doch Freie Radios tragen dazu bei, dass Menschen eine aktive Rolle in der Gesellschaft einnehmen. Sie schärfen das Bewusstsein, dass jede und jeder Einzelne mit ihrem oder seinem Handeln und auch Nicht-Handeln die Gesellschaft mitgestaltet. Indem sie Wähler_innen ebenso wie den mehr als 800.000 Menschen, die zwar in Österreich leben, allerdings aufgrund ihrer Nationalität von demokratischen Prozessen ausgeschlossen werden, eine Stimme und eine mediale Plattform einräumen, brechen sie das allzu oft von Seiten der Politik missbrauchte Konzept der Öffentlichkeit auf. Diese ist kein schwammiger Begriff mehr, der zur politischen Legitimation herangezogen werden kann, sondern eine Vielzahl an Meinungen, Standpunkten und Lebenskonzepten, die in einem deliberativen Diskurs behandelt werden müssen. Politische Themen und Sachverhalte, die nur einer bestimmten Gruppe vorbehalten sind bzw. in dieser diskutiert werden, bekommen über Freie Radios eine

»andere« Öffentlichkeit. Da das Programm sich nicht an den Interessen einer werberelevanten Zielgruppe ausrichtet, werden Zuhörer_innen auch mit Inhalten konfrontiert, die sie ansonsten nicht aktiv einholen würden, wie etwa Geschehnisse in anderen Staaten, über die der öffentlich-rechtliche oder private Rundfunk nicht berichtet, oder Probleme, mit denen Menschen konfrontiert sind, die zwar im gleichen Staat, aber in einer anderen Lebenswelt leben. Dies kann bei manch einer / einem ein Anstoß für politischen Aktivismus und infolge auch Aktionismus sein – ist aber viel seltener, als sich nichtkommerzielle Rundfunkanbieter erhoffen.

Freie Radios bieten sozialen Bewegungen, Vereinen, Communities und auch Einzelpersonen an, ihren Protest medial zu betreuen. Der Protest oder das Aufbegehren sind sie aber schon seit Jahren nicht mehr. Sie waren selbst eine soziale Bewegung – leisteten Widerstand gegen das öffentlich-rechtliche Rundfunkmonopol. Auf diese Zeiten blicken Radiopirat_innen gerne und auch ein wenig wehmütig zurück. »Freie Radios sind in der Gesellschaft angekommen«, dieses Argument habe ich im letzten Jahr in Bezug auf die Erhöhung von Fördergeldern gehört und auch selbst vorgebracht. Ja, das sind sie, aber damit hat sich auch ihre gesellschaftspolitische Rolle verändert. Sie sind nicht mehr der Widerstand, sie betreuen ihn. Und das erfordert allzu oft nicht nur das Angebot eines offenen Zugangs, sondern ein aktives Zugehen auf soziale Bewegungen und politische Ansichten abseits des Mainstreams. Denn der offene Zugang alleine ist manchmal noch zu wenig niederschwellig. Das Sonderprogramm bei FREIRAD wird nicht nur von den Mitarbeiter_innen organisiert, sondern zu einem großen Teil auch von ihnen zusammengestellt und erstellt – ehrenamtliche Radiomacher_innen schalten sich manchmal dazu, oftmals verbleibt die Einladung allerdings unbeantwortet. Freie Radios sind meiner Meinung nach politische Projekte, sie sollen sich nicht gesellschaftlich neutral positionieren, sondern Stellung beziehen. Aber sie können in ihrem Tun Menschen nicht politischer machen, als sie sind. Sie können nur andere Sichtweisen und Argumente auf politische Zusammenhänge anbieten, im Rahmen von Projekten oder Sonderprogrammen Schwerpunkte setzen, politische Aspekte beleuchten, die medial gerne unter den Teppich gekehrt werden, Menschen bei der Emanzipation zum öffentlichen Sprechen begleiten und somit im Rahmen ihrer Möglichkeiten Menschen zu kritischen und reflektierten Citoyens ermutigen.

Keine Brutstätten der Revolution

Die Frage, die bleibt, ist: »Wann ist ein Freies Radio gesellschaftspolitisch erfolgreich und wer definiert diesen gesellschaftspolitischen Erfolg?« Freie Radios verfolgen einen gesellschaftskritischen Anspruch und haben im Rahmen der Möglichkeiten, die sie eröffnen, gesellschaftspolitische Bedeutung für eine Stadt. Doch Selbstanspruch und Realität klaffen auch zeitweise weit auseinander. Laut Charta der Freien Radios wenden sich Freie Radios gegen jede Form der Diskriminierung aufgrund von Geschlecht oder sexueller Orientierung, Herkunft, Abstammung, Hautfarbe oder Ethnie, religiöser oder politischer Anschauung, aufgrund körperlicher oder geistiger Fähigkeiten, sozialer Herkunft, Sprache oder Alter. In der Realität sind wir alltäglich damit beschäftigt nicht diskriminierend, rassistisch oder sexistisch zu sein – uns aktiv dagegen zu wenden, schaffen wir nur hin und wieder.

Freie Radios sind in Österreich keine »Brutstätten der Revolution« – sie sind Komplementärmedien, die für unsere Demokratie wichtige Funktionen erfüllen. Sie ergänzen das österreichische Mediensystem, verändern es aber nicht von Grund auf. Freie Radios sind von gesellschaftspolitischer Bedeutung, da sie politische Projekte sind, die sich klar politisch positionieren. Dies macht sie zu mehr als Radios. Es ist diese klare ideologische Positionierung, die es von der Pirat_innenzeit weiterzutragen gilt.

Der vorliegende Beitrag erhebt nicht den Anspruch einer wissenschaftlichen Abhandlung, sondern stellt vielmehr die persönlichen Reflexionen der Autorin dar, die als »Quereinsteigerin« ein Jahr lang das Freie Radio in Innsbruck leitete und dabei die gesellschaftliche Bedeutung dieses Freien Radios abseits des reinen Radiomachens kennenlernen durfte.

→ Juliane Nagiller studierte Politikwissenschaften und Soziologie an der Universität Innsbruck und der Liverpool John Moores University. Nach einem Abstecher bei FREIRAD, dem Freien Radio in Innsbruck, erkundet sie zurzeit Österreichs Medienlandschaft von der Hauptstadt aus.

Welchen Stellenwert nimmt Radio FRO im medialen Umfeld ein? Die 2011 durchgeführte Studie »Der Dritte Mediensektor in Oberösterreich – Eine Reichweiten- und Potenzialanalyse Freier Radios & TV-Sender« hat zutage gebracht, dass Radio FRO von 5,2% der Personen im Empfangsgebiet regelmäßig gehört wird (das entspricht rund 23.000 Hörer*innen) und rund einem Viertel der Bevölkerung bekannt ist. Doch wie zugänglich ist Freies Radio tatsächlich? Kann es sein Versprechen einlösen, Menschen und Personengruppen, die in der herkömmlichen Medienwelt unterrepräsentiert sind, Raum zur medialen Selbstrepräsentation zu bieten? Diesen Fragen geht die vorliegende Studie nach.

Im Fokus steht die Frage, ob die Angebote Freier Radios die Hörer*innen und Programmmachenden auch erreichen. Die Studie identifiziert Barrieren im Programmmzugang und in den Partizipationsmöglichkeiten, beleuchtet die »Brauchbarkeit« und Bekanntheit der unterschiedlichen Angebote und lotet Alternativen und Lösungswege aus. Die Ergebnisse sollen dabei helfen, Hindernisse abzubauen und gezielter auf die Bedürfnisse der lokalen und regionalen Communities und Einzelpersonen einzugehen.

Ergänzt wird die Untersuchung durch Expert*innenaufsätze zu Fragestellungen Freier Radioarbeit. Diese Aufsätze heben die Studie aus dem unmittelbaren Erkenntnisinteresse von Radio FRO heraus und verleihen ihr eine breite Gültigkeit.