

Helmut Volpers, Detlef Schnier, Christian Salwiczek

Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen

Eine Organisations- und Programmanalyse

Helmut Volpers, Detlef Schnier,
Christian Salwiczek
Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen

Schriftenreihe Medienforschung
der Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen

Band 51

Helmut Volpers, Detlef Schnier,
Christian Salwiczek

Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen

Eine Organisations- und
Programmanalyse

>lfm:



Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Herausgeber:

Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2
D – 40221 Düsseldorf
Tel.: 0211 / 770 07 – 0
Fax: 0211 / 72 71 70
E-Mail: info@lfm-nrw.de
Internet: www.lfm-nrw.de

Copyright © by

Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM), Düsseldorf

Verlag:

VISTAS Verlag GmbH
Goltzstraße 11
D – 10781 Berlin
Tel.: 030 / 32 70 74 46
Fax: 030 / 32 70 74 55
E-Mail: medienverlag@vistas.de
Internet: www.vistas.de

Alle Rechte vorbehalten

ISBN 3-89158-420-2

Umschlaggestaltung: disegno visuelle kommunikation, Wuppertal

Satz: TYPOLINE – Karsten Lange, Berlin

Druck: Bosch-Druck, Landshut

Vorwort des Herausgebers

In Nordrhein-Westfalen gibt es ein bisher einmaliges System des Offenen Kanals im Radio: den Bürgerfunk. Alle interessierten Bürgerinnen und Bürger haben hier das Recht, sich in einem der 46 privaten Lokalradios in Nordrhein-Westfalen unmittelbar zu Wort zu melden, denn jeder dieser Sender muss 15 Prozent der täglichen Sendezeit für Bürgerfunk-Beiträge reservieren. Dieses integrierte Konzept der Bürgerbeteiligung entstand unmittelbar im Zusammenhang mit der Einrichtung des privaten lokalen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen Ende der achtziger Jahre, mit dem Ziel, die Partizipation von Bürgerinnen und Bürgern am lokalen Hörfunk zu ermöglichen und einen Vielfaltsbeitrag zum Programm zu leisten. Seitdem ist ein sehr breites Spektrum von Bürgerfunkerinnen und Bürgerfunkern unterschiedlicher Alters-, Bildungs- und Interessensgruppen aktiv geworden. Zur Produktion der Beiträge stehen ihnen etwa 150 Radiowerkstätten zur Verfügung. Die Finanzierung des Bürgerfunks erfolgt auf der Basis des § 82 LMG NRW durch die Landesanstalt für Medien NRW, die darüber hinaus versucht hat, seine Entwicklung insbesondere unter dem Aspekt der Qualifizierung der Nutzerinnen und Nutzer zu unterstützen.

Nachdem der Bürgerfunk seit über 15 Jahren *on air* ist, war es Ziel der nun vorliegenden Studie „Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen · Eine Organisations- und Programmanalyse“, die konkreten Leistungen des Bürgerfunks zu erfassen und zu evaluieren, um auf dieser Basis die vorhandenen Strukturen falls möglich weiterentwickeln zu können. Die Evaluation setzt neben einer umfangreichen Programmuntersuchung auf der Analyse der drei Akteursgruppen an, die in ihrer Interaktion das System Bürgerfunk bestimmen: (1) der einzelne Bürgerfunker bzw. die Bürgerfunkgruppen, (2) die Radiowerkstätten und ihre Träger sowie (3) die Lokalradios. Die Studie zeigt sowohl Stärken als auch wunde Punkte des Bürgerfunks in NRW auf, ohne dabei die heterogene Struktur der Bürgerfunklandschaft aus dem Blick zu verlieren.

Nachdem bereits auf der diesjährigen Bürgermedientagung in Hattingen ein erster Austausch mit den Betroffenen über Entwicklungspotentiale stattgefunden hat, sollen die Ergebnisse der Evaluation dazu dienen, neue Impulse für die Diskussion mit allen Beteiligten – Bürgern, Politik und LfM – im Sinne einer Weiterentwicklung des Bürgerfunks zu geben.

Prof. Dr. Norbert Schneider
Direktor der LfM

Wolfgang Hahn-Cremer
Vorsitzender der Medienkommission der LfM

Inhalt

1 Einleitung	9
2 Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen – Rahmenbedingungen	13
2.1 Strukturelle und regionalspezifische Besonderheiten der Bürgerfunklandschaft	13
2.2 Entstehung und Entwicklung	20
2.3 Rechtliche Grundlagen, Finanzierung und Aufgaben der LfM ..	22
3 Konzeption und Methode	25
3.1 Grundlegende Konzeption der Studie	25
3.2 Inhaltsanalyse	30
3.3 Erhebungen bei den Akteursgruppen	30
3.4 Ergebnisdarstellung und Definition zentraler Begriffe	31
4 Das Programmangebot des Bürgerfunks	35
4.1 Die Rahmenbedingungen der Programmproduktion und des Sendungsablaufs	35
4.2 Grundstruktur des „Gesamtangebotes“ des Bürgerfunks in NRW .	41
4.3 Das Bürgerfunkprogramm aus Hörerperspektive (standortbezogen)	51
4.3.1 Stellenwert der standortbezogenen Analyse	51
4.3.2 Sendevolumen	52
4.3.3 Wort-Musik-Verhältnis	55
4.3.4 Informationsanteile und Themenselektion	58
4.3.5 Sendungsformate und Vermittlungsformen	66
4.3.6 Sendegebietsbezug	76
4.3.7 Inhaltliche und formale Sendungsqualität	78

5 Die Akteure des Bürgerfunks	81
5.1 Einleitung	81
5.2 Kommunikatoren – die Mitglieder der Bürgerfunkgruppen	82
5.2.1 Soziodemographische Struktur	82
5.2.2 Intrinsische Motivation – Typen	89
5.2.3 Verhalten in der Bürgerfunkgruppe	92
5.3 Die Bürgerfunkgruppen	93
5.3.1 Strukturen und Produktionspraxis	93
5.3.2 Außenbeziehungen der Bürgerfunkgruppen	99
5.3.3 Thematische Schwerpunkte und publizistische Zielsetzungen	103
5.3.4 Typen von Bürgerfunkgruppen	105
5.4 Die Radiowerkstätten	109
5.4.1 Einleitung	109
5.4.2 Infrastruktur und Produktionspraxis	109
5.4.3 Thematisch-inhaltliche Ausrichtung	120
5.4.4 Organisatorische Einbindung	122
5.4.5 Außenbeziehungen	124
5.4.6 Typen von Radiowerkstätten	130
6 Fazit: Anspruch und Wirklichkeit des Bürgerfunks in NRW	137
6.1 Das Modell des Bürgerfunks	137
6.2 Praxis des Bürgerfunks	139
6.2.1 Das Programm	139
6.2.2 Die Akteure	142
6.3 Thesen zum Status quo und Entwicklungsmöglichkeiten des Bürgerfunks in NRW	144
7 Literatur	149
8 Verzeichnis der Übersichten, Abbildungen und Tabellen	153
Anhang	159
Standortspezifische Kerneergebnisse der Programmanalyse	161
Methodendokumentation	191

1 Einleitung

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat im Jahr 2003 beim Institut für Medienforschung Göttingen&Köln (IM•Gö) eine Evaluation des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen in Auftrag gegeben. Hierzu wurden in einem umfangreichen Forschungsprojekt die Akteure, die Organisations- und Handlungsstrukturen sowie die Produktionen des Bürgerfunks untersucht. Der vorliegende Bericht dokumentiert die zentralen Ergebnisse dieses Forschungsprojektes, das von Juni 2003 bis Februar 2005 durchgeführt wurde.

Die Organisation des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen stellt innerhalb der deutschen Bürgerfunklandschaft eine singuläre Form dar, die nur vor dem Hintergrund des ebenfalls einzigartigen Zwei-Säulen-Modells des nordrhein-westfälischen Lokalfunks zu verstehen ist. In NRW existieren 46 Lokalfunk-Verbreitungsgebiete, in denen jeweils nur ein Lokalradio verbreitet wird.¹ Die Programmverantwortung hat hierbei jeweils eine Veranstaltergemeinschaft (VG), während für den wirtschaftlichen Bereich eine Betriebsgesellschaft (BG) zuständig ist. Die Lokalradios produzieren in der Regel pro Tag entweder ein fünf- oder ein achtstündiges eigenständiges Programm, verteilt auf das Morgenprogramm von 6–9 Uhr und die Nachmittagsstunden. Das sonstige Sendevolumen wird durch *radio NRW* als Mantelprogramm erstellt.

Von ihrer täglichen Sendezeit muss jede Veranstaltergemeinschaft 15 Prozent für Bürgerfunkproduktionen zur Verfügung stellen. Somit existiert im unmittelbaren Umfeld eines unter kommerziellen Bedingungen produzierten lokalen Hörfunkangebots eine „nichtkommerzielle Insel“, die man als „Offenen Kanal-Hörfunk“ auffassen kann. Anders als in vielen anderen Bundesländern üblich gibt es jedoch in NRW keinen institutionalisierten Offenen Kanal für den Hörfunk. Bürger im Verbreitungsgebiet eines Lokalradios, die als Produzenten eines „15 Prozent-Beitrages“ in Erscheinung treten wollen, müssen sich als „Bürgerfunkgruppe“ (mindestens zwei Personen) organisieren. Die technische Infrastruktur und Mithilfe bei der Produktion werden wiederum von so genann-

¹ Eine Ausnahme bildet das Verbreitungsgebiet Aachen mit zwei Lokalsendern (Stadt und Kreis).

ten Radiowerkstätten bereitgestellt. Die Bürgerfunkgruppen erhalten von der LfM einen Produktionskostenzuschuss, der nach Sendevolumen abgerechnet wird (sog. Minutenförderung). Bereits diese knappe Skizze der Rahmenbedingungen verdeutlicht, dass es sich beim Bürgerfunk in NRW um eine hoch komplexe Organisationsstruktur handelt.

Als unmittelbare Akteure des Bürgerfunks sind zunächst drei Gruppen in den Blick zu nehmen:

- die eigentlichen *Kommunikatoren*, also die Bürgerfunker² als Individuen,
- die *Bürgerfunkgruppen* als organisatorische Voraussetzung für die Umsetzung individueller Kommunikationsanliegen und
- die *Radiowerkstätten* (und ihre Betreiber) als technisch-funktionale Basis für die Bürgerfunkproduktionen.

Neben diesen unmittelbaren Akteuren sind als mittelbare Akteure die Lokalfunkstationen und hier insbesondere ihre Chefredakteure³ sowie die LfM zu berücksichtigen. Als weitere mittelbare Einflussfaktoren auf die Bürgerfunkproduktion kommen die teilweise „hinter den Radiowerkstätten stehenden“ Trägerorganisationen (Kirche, Gewerkschaften, VHS) ins Spiel.

Nicht zu vernachlässigen sind auch die Einflüsse des soziokulturellen Umfelds. Die Bürgerfunker und die Mitarbeiter der Radiowerkstätten stehen in vielfältigen Beziehungsgeflechten innerhalb ihres lokalen Aktionsradius, die in den Bürgerfunk „hineinragen“. Zusammengenommen bilden die Interaktionen dieser Akteursgruppen das System des Bürgerfunks als Ganzes. Innerhalb dieses Gesamtsystems haben sich etliche Subsysteme herausgebildet, die ein mehr oder weniger stark ausgeprägtes „Eigenleben“ führen. Die vorliegende Studie unternimmt den Versuch, diese Strukturen nachzuzeichnen sowie Stärken und Schwächen des Bürgerfunks in NRW unter organisationssoziologischer Perspektive zu beschreiben.

Die primäre Funktion des Bürgerfunks ist es, die Meinungsäußerungsfreiheit der Bürger gemäß Art. 5 GG auch im Medium Hörfunk zu gewährleisten. Im Ergebnis führt dies zur Produktion von Hörfunkbeiträgen, die – durch eine Struktur fester Sendeplätze – zu einem Bürgerfunkprogramm geformt werden. Der Bürgerfunk tritt in der Öffentlichkeit durch eben dieses Programm in Erscheinung. Hieran wird er gemessen, und hierdurch wird sein Image geprägt. Vor diesem Hintergrund kommt dem programmlichen Output ein zentraler Stellenwert in der vorliegenden Studie zu.

2 Der Genus von „Bürgerfunker“ wird als grammatikalisch angesehen, auf die feminine Dopplung Bürgerfunker/ Bürgerfunkerin wird verzichtet. Dies geschieht aus Gründen der besseren Lesbarkeit auch in ähnlichen Fällen, z. B. Bürger. Grundsätzlich sind hiermit immer beide Geschlechter gleichermaßen gemeint.

3 Vgl. Lenzian, Bettina: Der Chefredakteur im Lokalfunk. Position und Funktionen im nordrhein-westfälischen Zwei-Säulen-Modell. Wiesbaden 1999.

Im folgenden Kapitel werden die Rahmenbedingungen für den Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen knapp skizziert. Im Kapitel 3 werden Konzeption und Methode der empirischen Untersuchung erläutert. Das vierte Kapitel stellt die Ergebnisse der Programmanalyse auf der Ebene des Gesamtprogramms und der Einzelstandorte dar. Im fünften Kapitel werden die drei wesentlichen Akteursgruppen in den Blick gefasst und die Ergebnisse der Erhebungen bei den Bürgerfunkern, den Bürgerfunkgruppen und den Radiowerkstätten erläutert. Kapitel 6 fasst die zentralen Ergebnisse der Studie zusammen und thematisiert die Situation des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Hierbei wird anhand einer thesenartigen Pointierung der Status quo beschrieben und Perspektiven zur weiteren Entwicklung des Bürgerfunks aufgezeigt.

2 Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen – Rahmenbedingungen

2.1 Strukturelle und regionalspezifische Besonderheiten der Bürgerfunklandschaft

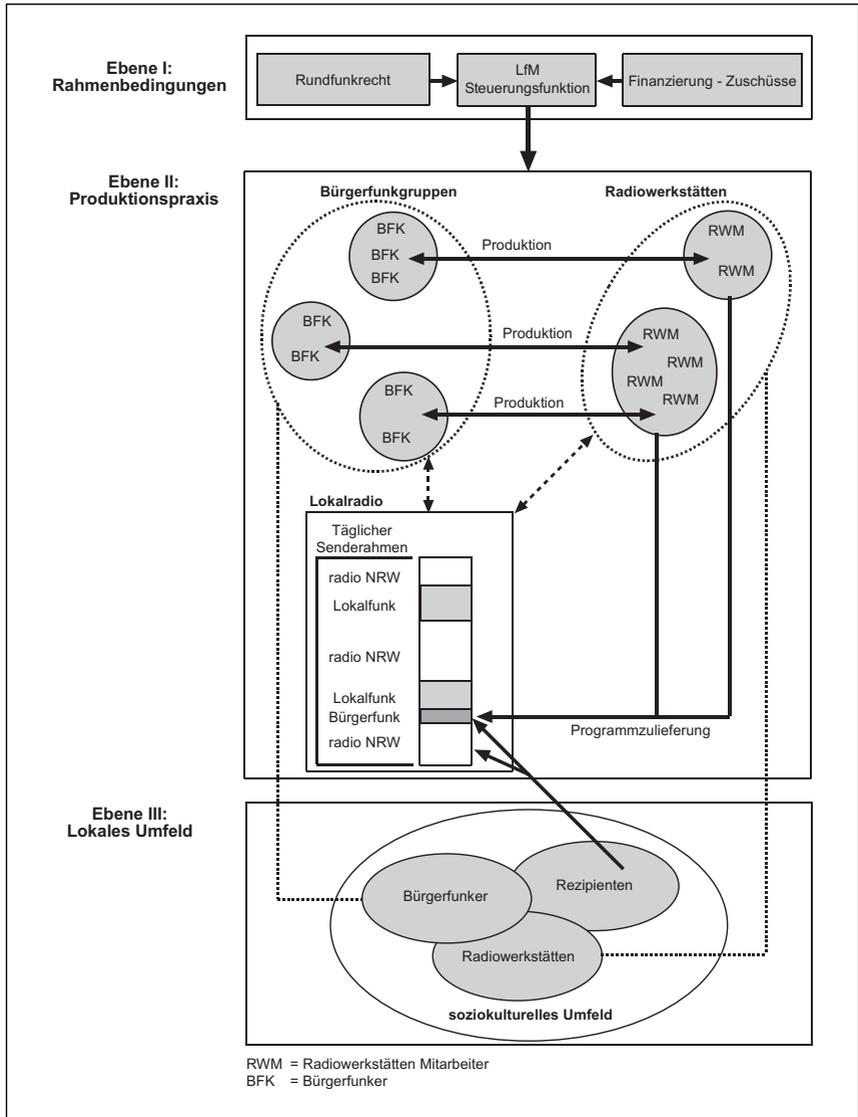
Der Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen ermöglicht es grundsätzlich allen Bürgern des Landes, im Medium Hörfunk eigenproduzierte Beiträge zu verbreiten. Er entspricht insofern dem Typus des für jedermann zugänglichen Bürgermediums, wie er auch in anderen Bundesländern existiert. In seiner konkreten Ausformung beruht er allerdings auf einer innerhalb der deutschen Bürgermedienlandschaft einmaligen Konstruktion: Die Programme des Bürgerfunks sind an den 46 Standorten des Lokalfunks in NRW in dessen Programm eingebettet. Nach 18 oder 20 Uhr können Radiohörer über die Frequenz ihres Lokalradios durchschnittlich ein bis zwei Stunden pro Tag den Bürgerfunk empfangen. Die eigentlichen Produzenten, die Bürgerfunker, sind in Bürgerfunkgruppen oder Redaktionsteams organisiert, die sich zur Produktionshilfe an eine Radiowerkstatt wenden.

Da es vor Ort keinen Offenen Kanal (Hörfunk) als Einrichtung gibt, kommt den Radiowerkstätten als Produktionsort eine besondere Bedeutung zu. Ihre wesentliche Aufgabe besteht in der technischen, organisatorischen und redaktionellen Produktionshilfe für die Bürgerfunkgruppen. Ohne das Equipment, die Räume und das Personal der Radiowerkstätten wäre die Produktion von Hörfunkbeiträgen für radiojournalistische Laien, wie es die Bürgerfunker sind, nicht möglich. Die Radiowerkstätten fungieren häufig auch als Bindeglied zwischen den Bürgerfunkgruppen und der LfM.

Das nachfolgende Schaubild stellt das System des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen schematisch dar. Die medienrechtlichen Rahmenbedingungen des Bürgerfunks sind im Landesmediengesetz festgelegt. Dieses Gesetz trifft allerdings – wie unten näher ausgeführt wird – nur sehr allgemeine Regelungen. Die konkrete Ausformung des Bürgerfunks wird im Wesentlichen durch Satzungen der LfM und durch die Bedingungen und den Umfang der Produktionszuschüsse geprägt. Auf der Ebene der Produktionspraxis interagieren zunächst die Bürger-

funker als Personen, die Bürgerfunkgruppen (als Interessen- und Produktionsgemeinschaften) und die Radiowerkstätten als Produktionshelfer miteinander. Als weiterer Interaktionspartner ist der Lokalfunk anzusehen. Im „Modell des

Übersicht 2-1: System des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen



Bürgerfunks“ ist er zwar nur mittelbar an diesem beteiligt, in der Praxis ist er jedoch ein nicht unerheblicher Einflussfaktor. Er prägt einerseits durch seinen programmlichen Rahmen das radiophone Umfeld, in dem der Bürgerfunk angesiedelt ist. Andererseits nimmt er durch Sendezeitrestriktionen – Verschiebung, Ausfall etc. – und durch Absprachen mit den Radiowerkstätten Einfluss auf das Bürgerfunkprogramm.

Ursprünglich war im „Bürgerfunkmodell“ die Veranstaltergemeinschaft als Produktionshilfeeinrichtung für die Bürgerfunkgruppen vorgesehen. In der Praxis konnte sich dieses aber nicht durchsetzen. Da dies per Gesetz nach wie vor originäre Aufgabe der VG ist, schließt diese häufig vor Ort einen Produktionshilfevertrag mit den Radiowerkstätten ab und lässt die Produktionshilfe gegen Entgelt von den Radiowerkstätten durchführen.

Die Implementierung des Offenen Kanals-Hörfunk in das Programm der Lokalfunkstationen erfolgt in unmittelbarem Anschluss an das eigenproduzierte Lokalradioangebot. Je nach Verbreitungsgebiet senden die Lokalfunkstationen fünf oder acht Stunden eigenproduziertes Programm, der Rest des Tagesprogramms kommt – mit Ausnahme des Bürgerfunks – von *radio NRW* – als Mantelprogramm für alle Lokalradios in NRW. Im Regelfall ist das Sendeumfeld des Bürgerfunks also vorher durch das Lokalradio- und nachher durch das *radio NRW*-Programm markiert. Das Umfeld eines kommerziellen Radioprogramms ist für den Bürgerfunk nicht unproblematisch und innerhalb der deutschen Bürgermedienlandschaft ungewöhnlich. Faktisch bedeutet es fast immer, dass der Rezipient des Lokalfunks durch den Bürgerfunk einen Bruch seiner Hörerwartungen und Hörgewohnheiten erfährt oder dass der Bürgerfunk sich im Format seinem Umfeld anpassen muss. Beide Varianten sind für ein Bürgermedium keine optimale „Lösung“. Im ersten Fall riskiert der Bürgerfunk einen Wertschaltimpuls der Hörer, im zweiten Fall muss er sich affirmativ dem Lokalfunk anpassen und verliert dadurch ggf. sein eigenständiges Profil. Wie der Bürgerfunk mit dieser Ausgangslage umgeht, ist Gegenstand der Untersuchung und wird in Kapitel 4 erörtert. Das programmliche Umfeld des Bürgerfunks ist durch folgende Merkmale gekennzeichnet⁴:

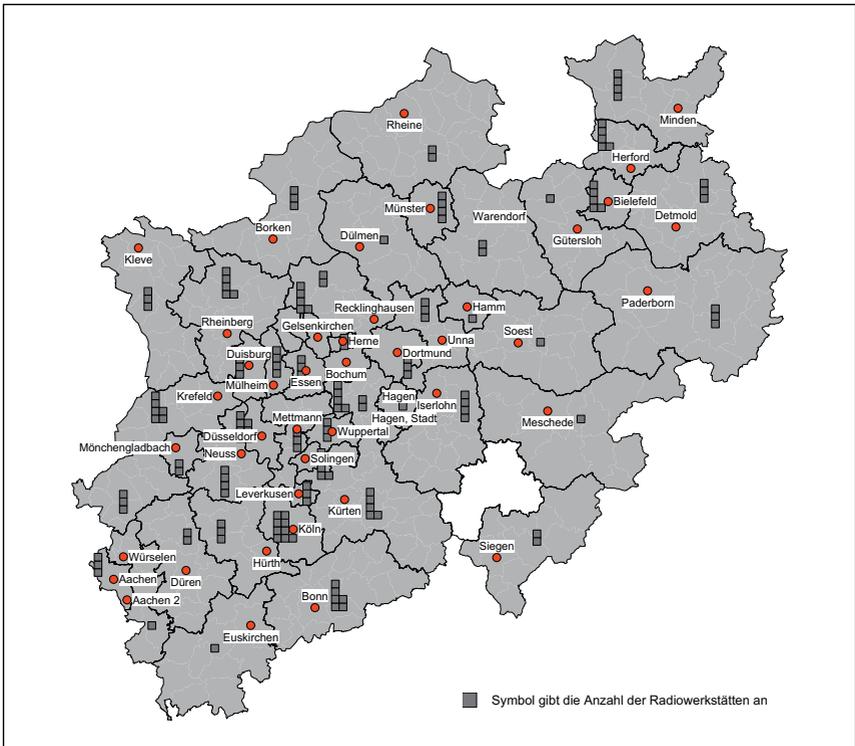
- Im Lokalradio dominiert die Musik als vorherrschendes Programmelement.
- Die Wortstrecken werden hier überwiegend kurz gehalten und der Programmablauf ist durch den häufigen Einsatz von Jingles/Trailern sowie Regie- und Unterhaltungsmoderation stark fragmentiert.

4 Vgl. Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef: Inhaltsanalyse – Kommunikationsangebote in lokalen Medienlandschaften. In: Pätzold, Ulrich/Röper, Horst/Volpers, Helmut (Hg.): Strukturen und Angebote lokaler Medien in Nordrhein-Westfalen. Opladen 2003 (Schriftenreihe Medienforschung der LfM NRW; Bd. 47), S. 164.

- Das vorherrschende Sendeformat sind Magazinsendungen mit überwiegend unterhaltender Anmutung.
- Ressortmagazine und monothematische Sendungen bilden im Programm des Lokalradios eine Ausnahme.

Die dritte Ebene im System des Bürgerfunks bildet sein lokales Umfeld. Hier sind es einerseits die Hörer des Lokalfunks, die ein bestimmtes Image vom Bürgerfunk haben, das die Rezeption fördert oder verhindert. Andererseits gibt es Exklusivhörer des Bürgerfunks, die dieses Programm gezielt einschalten und eine spezifische Erwartungshaltung an die Bürgerfunkproduktion herantragen. Weitere Einflussfaktoren sind das soziokulturelle Umfeld, in dem die Bürgerfunkgruppen und Radiowerkstätten agieren. In diesem soziokulturellen Umfeld entstehen die Bürgerfunkgruppen und ihre spezifischen Produktionsinteressen.

Übersicht 2-2: Lokalradio-Standorte und Radiowerkstätten in NRW



Daten: Anzahl der Radiowerkstätten pro Verbreitungsgebiet nach eigener Recherche (Stand: 2003)
Ortsnennungen = Studiostandorte des Lokalradios

Tabelle 2-1: Entwicklung des Bürgerfunk-Programmvolumens von 1995 bis 2004 in Minuten*(Fortsetzung nächste Seite)*

Verbreitungsgebiet	2004	2003	2002	2001	2000
Kreis Aachen (107.8 Antenne AC)	120	119	117	117	114
Stadt Aachen (Aachen 100,eins)	88	117	118	117	116
Bielefeld (Radio Bielefeld)	90	84	72	70	69
Bochum (Radio 98,5)	90	93	80	82	75
Bonn/Rhein-Sieg-Kreis (Radio Bonn/Rhein-Sieg)	99	101	79	75	76
Kreis Borken (Westmünsterlandwelle)	8	8	5	5	6
Bottrop, Gelsenkirchen, Gladbeck (Radio Emscher-Lippe)	84	83	90	84	86
Kreis Coesfeld (Radio Kiepenkerl)	14	8	9	8	7
Dortmund (Radio 91,2)	89	86	83	67	70
Düren (Radio Rur)	75	75	71	73	97
Düsseldorf (Antenne Düsseldorf)	129	129	123	116	108
Duisburg (Radio Duisburg)	104	104	103	106	105
Ennepe-Ruhr-Kreis (Radio en)	22	15	17	17	22
Erftkreis (Radio Erft)	45	33	48	48	39
Essen (Radio Essen)	159	101	98	84	92
Euskirchen (Radio Euskirchen)	64	48	43	38	20
Gütersloh (Radio Gütersloh)	65	45	37	45	43
Hagen (Radio Hagen)	43	34	33	35	21
Hamm (Lippewelle Hamm)	66	66	66	64	63
Kreis Heinsberg (Welle West)	64	69	69	58	56
Herford (Radio Herford)	57	63	66	62	71
Herne (Radio Herne 90acht)	32	35	28	30	33
Hochsauerlandkreis (Radio Sauerland)	21	23	29	14	-
Kreis Höxter/Paderborn (Radio Hochstift)	54	50	46	45	44
Kreis Kleve (Antenne Niederrhein)	80	79	57	58	58
Köln (Radio Köln)	107	106	111	110	103
Kreis Krefeld/Viersen (Welle Niederrhein)	81	81	81	79	83
Leverkusen (Radio Leverkusen)	15	10	18	24	11
Kreis Lippe (Radio Lippe)	72	66	44	47	38
Märkischer Kreis (Radio MK)	103	103	101	103	103
Kreis Mettmann (Radio Neandertal)	43	42	38	24	27
Kreis Minden-Lübbecke (Radio Westfalica)	50	47	37	36	43
Mönchengladbach (Radio 90,1)	63	61	61	60	60
Mülheim/Oberhausen (Antenne Ruhr)	128	126	116	108	111
Münster (Antenne Münster)	102	103	101	97	97
Kreis Neuss (NE-WS 89,4)	24	25	14	20	11
Oberberg./Rh.-Berg.Kreis (Radio Berg)	71	70	73	71	70
Kreis Recklinghausen (Radio FiV)	71	67	71	59	61
Remscheid/Solingen (Radio RSG)	62	61	50	51	50
Kreis Siegen-Wittgenstein (Radio Siegen)	47	48	46	34	27
Kreis Soest (Hellweg Radio)	66	65	67	64	67
Kreis Steinfurt (Radio RST)	20	19	17	15	8
Unna (Antenne Unna)	72	69	64	68	69
Kreis Warendorf (Radio WAF)	46	43	40	42	49
Kreis Wesel (Radio K. W.)	75	75	76	66	89
Wuppertal (Radio Wuppertal)	89	88	74	75	74
Mittelwert	69	66	63	60	60

Quelle: Tagesdurchschnittswerte für das jeweils 3. Quartal eines Jahres aus der Bürgerfunk-Statistik der LfM

Tabelle 2-1: Entwicklung des Bürgerfunk-Programmvolumens von 1995 bis 2004 in Minuten
(Fortsetzung)

Verbreitungsgebiet	1999	1998	1997	1996	1995
Kreis Aachen (107.8 Antenne AC)	113	127	89	59	58
Stadt Aachen (Aachen 100,eins)	114	46	45	50	50
Bielefeld (Radio Bielefeld)	71	68	72	61	63
Bochum (Radio 98,5)	79	60	60	72	63
Bonn/Rhein-Sieg-Kreis (Radio Bonn/Rhein-Sieg)	77	76	70	80	73
Kreis Borken (Westmünsterlandwelle)	1	3	3	4	5
Bottrop, Gelsenkirchen, Gladbeck (Radio Emscher-Lippe)	77	82	81	80	77
Kreis Coesfeld (Radio Kiepenkerl)	8	7	8	7	7
Dortmund (Radio 91,2)	82	77	67	49	37
Düren (Radio Rur)	96	103	97	101	105
Düsseldorf (Antenne Düsseldorf)	104	80	82	59	48
Duisburg (Radio Duisburg)	103	104	103	127	118
Ennepe-Ruhr-Kreis (Radio en)	13	9	9	6	5
Erftkreis (Radio Erfrt)	18	56	51	42	47
Essen (Radio Essen)	104	103	111	112	107
Euskirchen (Radio Euskirchen)	11	37	13	-	-
Gütersloh (Radio Gütersloh)	36	43	25	37	20
Hagen (Radio Hagen)	13	16	14	7	11
Hamm (Lippewelle Hamm)	60	38	29	24	36
Kreis Heinsberg (Welle West)	54	113	109	85	81
Herford (Radio Herford)	65	50	47	44	46
Herne (Radio Herne 90acht)	37	40	37	33	58
Hochsauerlandkreis (Radio Sauerland)	4	4	0	1	0
Kreis Höxter/Paderborn (Radio Hochstift)	46	41	42	48	53
Kreis Kleve (Antenne Niederrhein)	61	43	51	46	45
Köln (Radio Köln)	104	87	84	89	75
Kreis Krefeld/Viersen (Welle Niederrhein)	82	83	76	78	62
Leverkusen (Radio Leverkusen)	26	23	22	10	10
Kreis Lippe (Radio Lippe)	54	45	29	29	43
Märkischer Kreis (Radio MK)	110	101	103	103	99
Kreis Mettmann (Radio Neandertal)	22	13	17	18	21
Kreis Minden-Lübbecke (Radio Westfalica)	48	43	46	50	51
Mönchengladbach (Radio 90,1)	61	59	51	55	51
Mülheim/Oberhausen (Antenne Ruhr)	111	111	110	81	68
Münster (Antenne Münster)	97	95	98	102	103
Kreis Neuss (NE-WS 89,4)	20	19	22	29	35
Oberberg./Rh.-Berg.Kreis (Radio Berg)	69	46	42	47	-
Kreis Recklinghausen (Radio FIV)	61	69	58	56	55
Remscheid/Solingen (Radio RSG)	54	51	48	45	39
Kreis Siegen-Wittgenstein (Radio Siegen)	31	26	33	15	19
Kreis Soest (Hellweg Radio)	67	66	54	54	55
Kreis Steinfurt (Radio RST)	3	9	9	13	9
Unna (Antenne Unna)	69	64	77	67	55
Kreis Warendorf (Radio WAF)	58	54	9	10	13
Kreis Wesel (Radio K. W.)	86	81	102	98	101
Wuppertal (Radio Wuppertal)	76	77	78	76	76
Mittelwert	60	58	54	51	49

Quelle: Tagesdurchschnittswerte für das jeweils 3. Quartal eines Jahres aus der Bürgerfunk-Statistik der LfM

Ein besonderes Merkmal des Bürgerfunks im Land Nordrhein-Westfalen ist seine breite Streuung bzw. flächendeckende Verbreitung. Die Karte zeigt die Verbreitungsgebiete des Lokalfunks, die ja gleichermaßen Bürgerfunkverbreitungsgebiete sind, und die pro Standort jeweils vorhandenen Radiowerkstätten. Aus der flächendeckenden Verbreitung des Bürgerfunks resultiert auch eine hohe Heterogenität. So schwankt die Anzahl der Bürgerfunkgruppen und Radiowerkstätten von Ort zu Ort ganz erheblich. Dasselbe gilt für die Dauer des Bürgerfunkprogramms pro Sendetag, die – im arithmetischen Mittelwert – eine Spannbreite von acht Minuten bis zu zwei Stunden umfasst. Die Tabelle 2-1 zeigt die Sendeminuten des Bürgerfunks pro Standort in Tagesdurchschnittswerten von 1995 bis 2004. Dargestellt ist jeweils der Durchschnittswert des 3. Quartals. Hieraus wird deutlich, dass an einigen Standorten das Programmangebot des Bürgerfunks dauerhaft niedrig (z. B. Borken) oder aber hoch (z. B. Duisburg) ist.

- ▶ In der überwiegenden Zahl der Verbreitungsgebiete des Lokalfunks lässt sich aber seit 1995 eine Steigerung des Volumens der Bürgerfunkproduktionen feststellen. Dies spricht für die Kontinuität des Bürgerfunks und seine Attraktivität bei den Produzenten in NRW.

Beachtlich sind die absoluten Zahlen der Akteure und des Programmvolumens des Bürgerfunks in NRW. In der folgenden Tabelle sind die Werte für das Jahr 2003 aufgelistet. Die Werte für die Anzahl der Bürgerfunkgruppen stellen eine Hochrechnung aufgrund der Daten der empirischen Erhebung dar. Die Zahlen für das Programmvolumen und die Radiowerkstätten basieren auf Angaben der LfM. Im Jahr 2003 gab es in NRW 150 anerkannte Radiowerkstätten, die insgesamt 2.680 Bürgerfunkgruppen betreut haben. Davon waren 1.090 regelmäßig produzierende und 1.590 sporadisch produzierende Bürgerfunkgruppen. Hieraus resultiert hochgerechnet eine Anzahl von über 18.000 Personen bei einem arithmetischen Mittel von 6,5 Personen pro Bürgerfunkgruppe, die als Bürgerfunker aktiv waren. Das Sendevolumen aller Ausstrahlungen betrug im Jahr 2003 insgesamt rund 18.170 Stunden.

Tabelle 2-2: Kerndaten des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen 2003

	Anzahl
Anzahl der Lokalradio-Sendegebiete	46
Anzahl der anerkannten Radiowerkstätten	150
Anzahl der Bürgerfunkgruppen insgesamt*	2.680
regelmäßig produzierende Bürgerfunkgruppen	1.090
sporadisch produzierende Bürgerfunkgruppen	1.590
Anzahl der aktiven Bürgerfunker*	18.000
Gesamtsendevolumen des Bürgerfunks (in Std.)	18.170

* Hochrechnung aus den Befragungsergebnissen

Erhebliche Unterschiede existieren zwischen den Verbreitungsgebieten in der inhaltlichen Ausrichtung der Bürgerfunkprogramme. Dies ist u. a. auf die höchst unterschiedlichen Strukturvoraussetzungen in den Verbreitungsgebieten zurückzuführen. So ist es nahe liegend, dass in einer Universitätsstadt wie Münster, noch dazu mit einem Medienstudiengang, sich eine andere Nutzerschaft als Bürgerfunkgruppe formiert als etwa in ländlichen Verbreitungsgebieten wie Coesfeld oder Höxter/Paderborn. Die Interessen der Nutzerschaft schlagen sich im Bürgerfunk – das ist ja sein Grundprinzip – unmittelbar im Programm nieder. Als Einflussfaktor auf das Programm ist auch die „Tendenz“ der Radiowerkstatt zu sehen. Zum einen ist die Radiowerkstatt eine „neutrale“ Produktionshilfe, zum anderen sind aber viele Radiowerkstätten eingebunden in eine Trägerorganisation mit spezifischer Ausrichtung (z. B. Kirche) oder nehmen von sich aus inhaltlich-thematische Schwerpunktsetzungen vor.

2.2 Entstehung und Entwicklung

Gründungsphase

Der Aufbau des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen erfolgte zu Beginn der 90er Jahre des vorigen Jahrhunderts. Von Anfang an war im nordrhein-westfälischen Modell des Bürgerfunks die Selbstorganisation der Nutzer (Bürger als Produzenten) das wesentliche Strukturelement. Der Bürgerfunk sollte sich vor Ort – und dies ist im vorliegenden Fall das Verbreitungsgebiet des Lokalfunks – weitgehend selbst organisieren. Den Humusboden für die Entwicklung des Bürgerfunks bildeten die Anfang der 90er Jahre bereits existierenden Radiovereine sowie eine Vielzahl von Gruppierungen und an der Radioarbeit interessierte Organisationen.⁵ Als zentraler Faktor bei der Herausbildung eines funktionierenden Systems des Bürgerfunks sind die Produktionshilfeeinrichtungen anzusehen. Das Landesrundfunkgesetz (LRG NW) sah in der damaligen Fassung in § 24, Abs. 4 vor, dass die Veranstaltergemeinschaften den Bürgerfunkgruppen Produktionshilfe zur Verfügung stellen müssen. Der Gesetzgeber hatte allerdings versäumt, Sanktionsmöglichkeiten bei Nichteinhaltung dieser Regelung zu schaffen. Im Ergebnis führte dies dazu, dass die Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR)⁶ letztlich eine andere Form der Produktionshilfe beförderte. Im Jahr 1993 wurde das System der „anerkannten Radiowerkstätten“ eingeführt. Hierdurch wurde sichergestellt, dass in jedem Verbreitungsgebiet ausreichende Kapazitäten zur Produktionshilfe für die Bürgerfunker

5 Vgl. zu diesem Abschnitt: Schmid, Wilfried: Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen. In: Kamp, Ulrich (Hg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn 1997, S. 98–101.

6 Vormalige Bezeichnung der heutigen Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM).

zur Verfügung stehen. Die Gründungsphase des Bürgerfunks in NRW kann in etwa Mitte des Jahres 1993 als abgeschlossen angesehen werden. Zu diesem Zeitpunkt waren 165 Radiowerkstätten anerkannt und die Produktion des Bürgerfunks sowie das System der Sendeplatzvergabe hatte sich „eingespielt“.⁷

Konsolidierung

In den folgenden Jahren begann sich der Bürgerfunk zu konsolidieren. Deutlicher Ausdruck dieser Konsolidierung ist das steigende Volumen der Bürgerfunkproduktionen (s. o.). Zu dieser Phase gehörten auch zahlreiche gerichtliche Entscheidungen zu Meinungsverschiedenheiten zwischen den Akteursgruppen. Von Anfang an bestand ein (im System weitgehend vorprogrammiertes) Spannungsverhältnis zwischen dem Lokalfunk – und hier insbesondere deren Chefredakteuren – und dem Bürgerfunk. Es war eine wesentliche Aufgabe der LfR, in diesen Meinungsverschiedenheiten zu vermitteln bzw. teilweise per Verwaltungsakt Entscheidungen zu treffen, die dann die Gerichte beschäftigten. Im Kern ging es häufig um Entscheidungen des Lokalfunks, bestimmte Beiträge in Wahrnehmung ihrer Programmverantwortung nicht auszustrahlen. Nach § 24, Abs. 5 LRG NW lag die rechtliche Verantwortung für die Bürgerfunkbeiträge bei der Veranstaltergemeinschaft, die aufgrund dessen Beiträge nicht zur Ausstrahlung bringen konnte. Bei Meinungsverschiedenheiten mussten die entsprechenden Fälle der LfR laut § 24, Abs. 7 LRG NW zur Entscheidung vorgelegt werden. Im Laufe der Jahre ist eine deutliche Reduktion entsprechender Meinungsverschiedenheiten festzustellen.⁸

Paradigmenwechsel

Während Ende der 80er Jahre die Begriffe *Partizipation* und *Gegenöffentlichkeit* innerhalb demokratiethoretischer Diskussionen noch einen hohen Stellenwert hatten, ließ im Laufe der 90er Jahre das gesellschaftliche Interesse an diesem Thema nach. Die Akzeptanz von Bürgermedien nahm sowohl innerhalb der Politik als auch innerhalb der Landesmedienanstalten und in weiten Teilen der Gesellschaft spürbar ab. Bürgermedien werden nun *nicht* mehr als unverzichtbarer Bestandteil des dualen Rundfunksystems angesehen. Diese Entwicklung zeigte auch Spuren innerhalb der Bürgerfunkszene in NRW. So lässt sich hier ein Wandel im Selbstverständnis beobachten, der personell durch einen „Generationswechsel“ begleitet wurde. Die erste Generation hatte vielfach eine grundsätzliche „Anti-Haltung“ und betrieb Radio bzw. Bürgerfunk aus einer kritischen Radiotheorie (s. o.) heraus in der Tradition der Freien

7 Vgl. O. V.: Lokalfunk 2000 in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf 1996 (LfR-Materialien Bd. 12), S. 33–36.

8 Vgl. ebenda, S. 35.

Radios. Entsprechende „Urgesteine“ der Bürgerfunkszene leiten auch heute immer noch Radiowerkstätten (z. B. Tiere im Kulturdschungel in Bielefeld, LORA in Bonn, Medienforum in Duisburg, Bielefelder Jugending). Aufs Ganze gesehen hat jedoch ein Wechsel der Akteure stattgefunden. Es ist eine neue Generation herangewachsen, die sich in der Radiopraxis stärker als vormals am Format des Lokalradios orientiert, um möglichst kompatibel zu sein. Diese „jungen“ Bürgerfunker werden von anderen intrinsischen Motiven bei ihrem Bürgerfunkengagement geleitet als die erste Generation.⁹ Der Direktor der LfM Norbert Schneider hat diese Tendenz im Jahr 2002 in einem Vortrag auf den Punkt gebracht: „Die Bürgermedien waren einmal gedacht als eine Art von Vielfaltsreserve für den Privatfunk. Heute wird niemand im Ernst behaupten wollen, dass diese Idee noch irgendeine Bedeutung hat.“¹⁰

In der Bürgermedienszene hat dies – auch in NRW – zu einem Paradigmenwechsel geführt. Neben der eher demokratietheoretisch legitimierten Funktion der Bürgermedien zur Schaffung von Partizipation und Gegenöffentlichkeit (Vielfaltsreserve) tritt nun die pragmatische Aufgabenstellung der *Medienkompetenzvermittlung*. Durch die Novellierung des Landesrundfunkgesetzes zum Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) im Jahr 2002 wird dieser Paradigmenwechsel indirekt gefördert: „In den Regelungen zu den Möglichkeiten der künftigen Förderung der Bürgermedien wird deutlich, dass neben der (Beibehaltung der) unmittlaren Beteiligung von Bürgern (Partizipation) an den elektronischen Medien und unter Einbeziehung der digitalen Zukunft die Bürgermedien auch einen Beitrag zur Vermittlung von Medienkompetenz leisten können und sollen“.¹¹

2.3 Rechtliche Grundlagen, Finanzierung und Aufgaben der LfM

Im vorhergehenden Kapitel wurden bereits die gesetzliche Grundlage des Bürgerfunks und deren Auswirkungen auf die Praxis angesprochen. Seit der Existenz des Bürgerfunks ist das Medienrecht in NRW mehrfach novelliert worden. Hierbei sind die Bestimmungen über den Bürgerfunk im Wesentlichen unverändert geblieben. Nach wie vor legt das Landesmediengesetz nur einen groben rechtlichen Rahmen fest und überlässt die konkrete Ausgestaltung vieler Bestimmungen den entsprechenden Satzungen der LfM. Im Folgenden

9 Siehe hierzu ausführlich Kap. 5.

10 Schneider, Norbert: Das neue Landesmediengesetz – einige Anmerkungen zu seinen Absichten und Tendenzen. Vortrag im Seminar für Rundfunkrecht am 15. Oktober 2002 in Köln. Unveröffentlichtes Manuskript.

11 O. V.: Eckpunktepapier zur künftigen Förderung der Bürgermedien. Integration von Partizipation und Medienkompetenz. LfM, Februar 2003.

werden nunmehr das derzeit gültige, im Jahr 2002 novellierte Landesmediengesetz und die daraus resultierenden Satzungen knapp skizziert.

Die bedeutendste Änderung bezüglich des Bürgerfunks, welche die Novellierung ergab, ist in der zusammenfassenden Behandlung aller Bürgermedien in Abschnitt VIII des LMG NRW zu sehen. Im Grundsatz hat die Novellierung des Landesmediengesetzes den Bürgerfunk in seinem Bestand nicht angetastet, sondern hat vielmehr bezüglich der Finanzierung einen Bestandsschutz in § 82 Abs. 2 festgeschrieben. Noch weitergehend als es in den vorhergehenden gesetzlichen Regelungen der Fall war, wird der LfM durch ihre Satzungsgebung eine Lenkungsfunktion für den Bürgerfunk übertragen.

Der Bürgerfunk wird im Wesentlichen „gesteuert“ durch die beiden folgenden Satzungen:

- „Satzung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Nutzung von Sendezeiten für den Bürgerfunk im lokalen Hörfunk (Nutzungssatzung Hörfunk)“ und die
- „Satzung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) über die Förderung der Bürgermedien gem. 82 Abs. 5 Satz 1 LMG NRW (Fördersatzung Bürgermedien)“.

Im Kern regeln die dort formulierten Bestimmungen, *wer unter welchen Bedingungen* Bürgerfunk produzieren darf und *wie* die Bürgerfunkproduktionen *bezuschusst* werden.

Die Teilnahme am Bürgerfunk steht im Grundsatz jedem offen, der nicht Mitglied einer Veranstaltergemeinschaft ist bzw. dort beschäftigt ist. Ausgenommen von dieser Beschränkung sind die Vertreter der anerkannten Radiowerkstatt mit Sitz im Verein der Veranstaltergemeinschaft. Für die Praxis ist vor allem das Prinzip des Wohnsitzes von Bedeutung. In § 2 der Nutzersatzung ist die Zugangsberechtigung auf Personen beschränkt, die ihren Hauptwohnsitz im Verbreitungsgebiet haben. Dies bezieht sich allerdings auf die Ausstrahlung der Beiträge. Die Produktion kann hingegen in einer Radiowerkstatt außerhalb des Verbreitungsgebietes des Wohnortes erfolgt sein. So produzieren z. B. Studenten der Uni Bielefeld häufig in Herford, die Beiträge werden hingegen in Bielefeld gesendet.

Für die Realisierung der Hörfunkbeiträge ist die Finanzierung der Kosten ein wesentlicher Faktor. In § 2 der Fördersatzung ist die allgemeine Förderung von Bürgerfunkbeiträgen geregelt. Hiernach werden ausgestrahlte Beiträge mit einem Zuschuss pro Sendeminute gefördert. Die Fördersätze werden durch die LfM nach Maßgabe ihres Haushalts jährlich festgelegt. Unterschieden wird hierbei nach Produktionen, die in einer anerkannten Radiowerkstatt erfolgen und anderen Freien¹². Im ersten Fall ist der Zuschuss deutlich höher (2 Euro

12 So genannte „Küchentisch-Bürgerfunker“, die ihre Produktionen im häuslichen Umfeld erstellen.

pro Minute für die ersten 30 Minuten pro Verbreitungsgebiet), danach sinkt die Minutenförderung. Im zweiten Fall werden pro Sendeminute 0,25 Euro bezuschusst.

Die Aufgabe der LfM in Bezug auf den Bürgerfunk beschränkt sich allerdings nicht auf eine rein administrative Verwaltungstätigkeit. Vielmehr ist die LfM ganz wesentlich an der inhaltlichen und qualitätssichernden Entwicklung des Bürgerfunks beteiligt. Dies geschieht u. a. durch die Förderung von Modell- und Pilotprojekten (in den letzten Jahren z. B. „Lokale Medienkompetenznetzwerke – Mekomnet Münster“ oder Netzwerkprojekt „Westliches Münsterland“) und von Qualifizierungsmaßnahmen. Darüber hinaus initiiert die LfM regelmäßig Tagungen und Workshops zu Bürgermedienthemen. Den Mitarbeitern der Radiowerkstätten werden pro Jahr zwei Weiterbildungsveranstaltungen angeboten, wobei eine davon der verpflichtenden Teilnahme unterliegt.

3 Konzeption und Methode

3.1 Grundlegende Konzeption der Studie

Die grundlegende Konzeption der Studie orientiert sich an einem aus der Systemtheorie abgeleiteten Modell des Bürgerfunks. Demnach lässt sich der Bürgerfunk in NRW als ein Interaktionssystem zwischen den Bürgerfunkern, den Bürgerfunkgruppen, den Radiowerkstätten, den Lokalradios und nicht zuletzt dem lokalen Mikrokosmos verstehen. Das Beziehungsgeflecht zwischen den Akteuren ist in den einzelnen Verbreitungsgebieten jeweils anders geflochten. Eine Hypothese der Untersuchung besteht darin, dass die lokal unterschiedlichen Interessen der Akteure und ihre Interaktionsmuster Auswirkungen auf die Quantität und Qualität der Bürgerfunkproduktionen haben. Diese Zusammenhänge aufzudecken ist *eine* der Aufgaben der Studie.

Das methodische Vorgehen bei den Erhebungen folgte dem Grundgedanken der Handlungsforschung. Es wurde angestrebt, die beforschten Personen möglichst kooperativ in den Forschungsprozess einzubeziehen, um Vorbehalte gegenüber einer Evaluation der eigenen Tätigkeiten und Leistungen abzubauen. Eine forschungsleitende Prämisse der Studie ist es, dass der Bürgerfunk als Ganzes primär an seinem Output (also seinem Programm) gemessen und beurteilt werden muss. Einen wichtigen Teil der Studie bildet daher eine umfangreiche Inhaltsanalyse des Bürgerfunkprogramms. Vor dem Hintergrund der Ergebnisse dieser Analyse wird dann gefragt, welche Faktoren für die Entstehung dieses Programms ausschlaggebend sind.

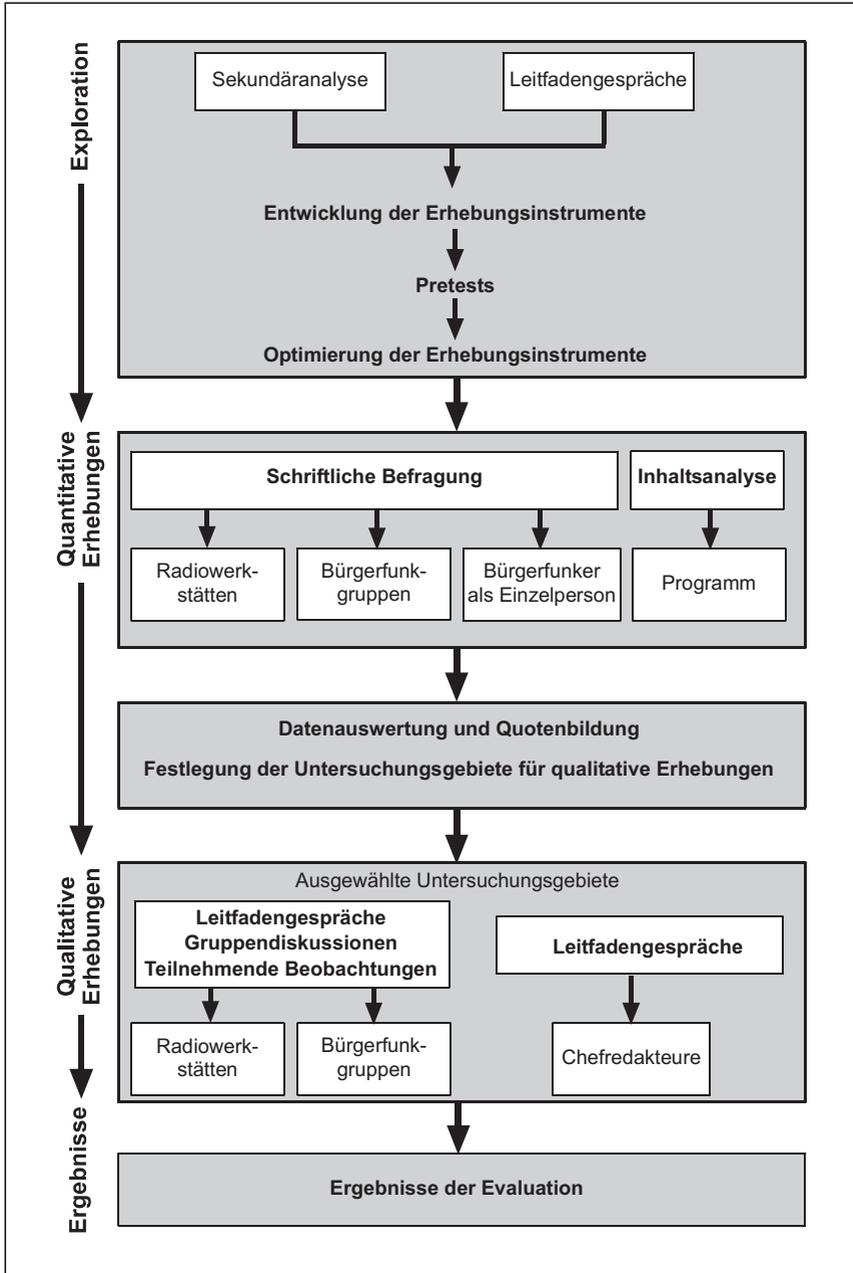
Ein grundlegendes forschungspraktisches Problem der Studie besteht in der Größe des Untersuchungsgegenstandes „Bürgerfunk in NRW“. Eine Vollerhebung war deshalb lediglich bei den 150 Radiowerkstätten möglich. Die Vielzahl der existierenden Bürgerfunkgruppen und Bürgerfunker als Personen sowie das große Programmvolumen ließ hingegen aus forschungsökonomischen Gründen eine Vollerhebung in diesen Forschungsfeldern nicht zu. Die deshalb notwendige Stichprobenbildung bei der Programmanalyse, den Bürgerfunkern und Bürgerfunkgruppen konnte aus Gründen der heterogenen Grundgesamtheit nicht als einfache Zufallsstichprobe gezogen werden. Vielmehr wurde eine

noch zu erläuternde mehrstufige Stichprobenkonzeption notwendig. Die Studie besteht aus verschiedenen aufeinander bezogenen Forschungsmodulen, die in der folgenden Übersicht schematisch dargestellt sind.

Den empirischen Erhebungen in den unterschiedlichen Forschungsfeldern wurde eine ausführliche Explorationsphase vorgeschaltet. In dieser Exploration wurden zunächst eine Dokumentenanalyse des umfangreichen statistischen Materials der LfM zum Bürgerfunk vorgenommen sowie eine Sekundäranalyse vorliegender Erhebungen zum Bürgerfunk durchgeführt. Zusätzlich wurden Leitfadengespräche mit Bürgerfunkgruppen und Mitarbeitern von Radiowerkstätten geführt. Auf dieser Grundlage wurden die Erhebungsinstrumente für die Akteursbefragung entwickelt. Im nächsten Schritt erfolgten die repräsentativen Befragungen in den Akteursgruppen. Die Auswertung der Ergebnisse aus der Exploration und den Befragungen bildete die Grundlage für die Auswahl der Untersuchungsgebiete der qualitativen Erhebungen. Die folgende Aufstellung zeigt die Forschungsfelder und das den Erhebungen jeweils zugrunde liegende erkenntnisleitende Interesse.

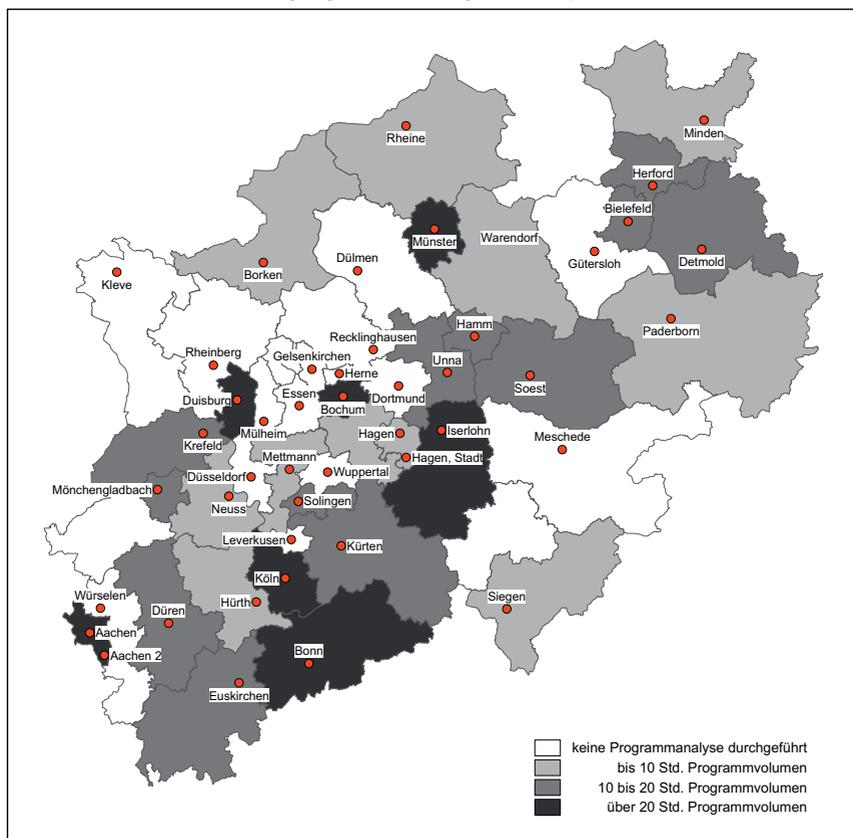
Forschungsfeld	Erkenntnisinteresse
Programm	<ul style="list-style-type: none"> • Art und Umfang des Bürgerfunkprogramms • Qualität des Bürgerfunkprogramms
Bürgerfunker (als Personen)	<ul style="list-style-type: none"> • Soziodemographische Struktur • Intrinsische Motive • Inhaltliche Präferenzen • Interaktionen • Typen
Bürgerfunkgruppen	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppenzusammensetzung • Gruppendynamik • Produktionsprozess • Inhaltliche Präferenzen • Interaktionen • Typen
Radiowerkstätten	<ul style="list-style-type: none"> • Ausstattung • Produktionsprozess • Organisatorische Einbindung • Interaktionen • Typen
Chefredakteure des Lokalfunks	<ul style="list-style-type: none"> • Verhältnis zum Bürgerfunk • Image des Bürgerfunks

Übersicht 3-1: Grundkonzeption der Untersuchung



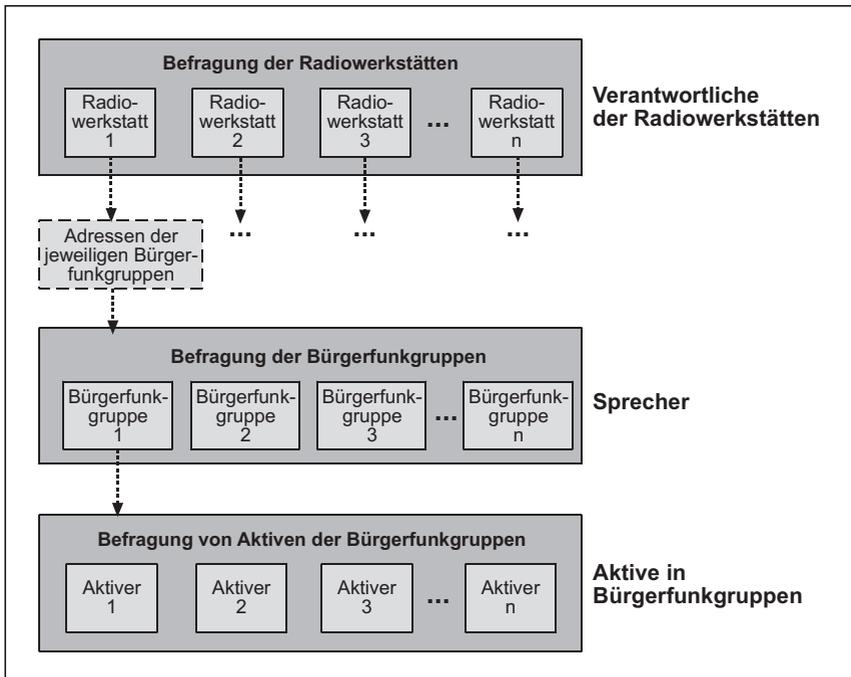
Bezogen auf die oben genannten Forschungsfelder wurden folgende Stichproben für die Erhebung gebildet: Für die *Programmanalyse* wurde eine Stichprobe von zwei zusammenhängenden natürlichen Wochen (vom 17.–30.09.2003) von allen 46 Lokalfunkstationen angefordert. Hiervon haben 43 Lokalfunkstationen die Sendemitschnitte angeliefert. Aus diesem Sendematerial wurde eine Teilstichprobe von 30 Verbreitungsgebieten nach Quotenmerkmalen (regionale Verteilung, Größe der Verbreitungsgebiete, Programmolumen) gebildet. Das Untersuchungsmaterial umfasst ein Sendevolumen von 411 Stunden, das entspricht 62 Prozent des im Stichprobenzeitraum gesendeten Bürgerfunkprogramms in NRW. Die nachfolgende Karte zeigt die Untersuchungsregionen mit ihren jeweils analysierten Programmvolumina.

Übersicht 3-2: Untersuchungsregionen der Programmanalyse



Alle im Untersuchungszeitraum existierenden *Radiowerkstätten* wurden schriftlich befragt. Für die Befragung der *Bürgerfunkgruppen* und der *Bürgerfunker* wurde eine geschichtete Zufallsstichprobe gezogen. Hierzu wurde in den Radiowerkstätten ein Adressen-Sample von Bürgerfunkgruppen (bzw. deren Ansprechpartner) erhoben. Aus diesem Pool von Adressen wurde dann eine Zufallsstichprobe für die schriftliche Befragung gezogen. Im Zuge dieser Befragung wurden auch die Fragebogen für die Personenbefragung (Bürgerfunker) versandt, die durch die „Gruppenleiter“ an die Einzelpersonen verteilt wurden.

Übersicht 3-3: Stichprobenkonzeption



Aus den Befragungen der Radiowerkstätten resultiert ein Rücklauf von 119 Fragebögen, das entspricht einer Rücklaufquote von 79 Prozent. An die Bürgerfunkgruppen wurden 495 „Gruppenfragebögen“ versandt und ein Rücklauf von 143 erzielt, dies bedeutet eine Rücklaufquote von 29 Prozent. Der Rücklauf der Einzelbefragung beträgt 443 Personenfragebogen, aufgrund des Schichtenmodells entspricht der Rücklauf hier ebenfalls rund 29 Prozent.

3.2 Inhaltsanalyse

Das Untersuchungsmaterial wurde von den Lokalfunkstationen auf unterschiedlichen Datenträgern (Videobänder – analog –, CD, MC, DAT) angeliefert. Analog vorliegende Sendemitschnitte wurden digitalisiert und das komplette Material technisch aufbereitet. Die Analyse wurde mit der vom Im•Gö entwickelten Computerunterstützten Medienanalyse Software (CuMAS) durchgeführt. Das Sendematerial wurde komplett abgehört und anhand eines detaillierten Codeplans in Untersuchungseinheiten – definiert als thematisch zusammenhängende Sendestrecken derselben Darstellungsform – segmentiert und sekundengenau vermessen. Die der Inhaltsanalyse zugrunde liegenden Kategorien entsprechen im Wesentlichen den Standardkategorien einer Hörfunkprogrammanalyse. Zunächst wurde das Programm in die grundlegenden Segmente Musik, Wort und Verpackung aufgeteilt. Die Wortbestandteile wurden dann vertiefend analysiert. Als Besonderheiten wurden bürgerfunktypische Programmkategorien in den Codeplan aufgenommen, wie z. B. narrative Darstellungsformen, fremdsprachliche Programmangebote für Migranten, Typ der Produzentengruppe usw. Die Details sind dem im Anhang dokumentierten Codeplan zu entnehmen.

Eine besondere Herausforderung der Inhaltsanalyse stellte die Zuordnung der Programmsegmente zu einzelnen Radiowerkstätten und Bürgerfunkgruppen dar. Da die einzelnen Sendungen häufig nicht eindeutig gekennzeichnet sind, musste teilweise mit Hilfskonstruktionen – Hinweise in der Sendung – eine Ermittlung der Herkunft vorgenommen werden. Bei den Sendungen des Bürgerfunks ist – wie oben bereits erläutert – eine Brutto- und Nettosendezeit zu unterscheiden, da eine Sendestunde im Durchschnitt acht Minuten Sendebestandteile des Lokalfunks (Nachrichten und Werbeblock) enthält. Das untersuchte Programmvolumen von rund 411 Stunden bezieht sich auf die Nettosendezeit.

3.3 Erhebungen bei den Akteursgruppen

Die Akteursgruppen wurden mit unterschiedlichen Erhebungsinstrumenten untersucht: Den Kern der Erhebung bilden die schriftlichen Befragungen der Bürgerfunker, Bürgerfunkgruppen und Radiowerkstätten. Die eingesetzten Fragebögen sind im Anhang dokumentiert. Zusätzlich wurden mittels verschiedener qualitativer Methoden vertiefende Erhebungen an ausgewählten Standorten durchgeführt. Hierbei wurden teilstrukturierte Leitfadengespräche, Gruppendiskussionen und teilnehmende Beobachtungen als Erhebungsinstrumente eingesetzt.

Die qualitativen Untersuchungen wurden an folgenden Standorten durchgeführt: Aachen (Stadt), Höxter/Paderborn, Bielefeld, Bonn/Rhein-Sieg, Duisburg, Euskirchen und Köln. Hier sind insgesamt Erhebungen in zehn Radiowerkstätten¹³ und bei 62 Bürgerfunkgruppen (Gruppendiskussionen) durchgeführt worden. Ferner fanden fünf teilnehmende Beobachtungen bei Produktionsabläufen statt. Die Auswahl der Untersuchungsregionen erfolgte nach einem Quotenplan, der sich an folgenden Merkmalen orientierte:

Radiowerkstätten

- Sendevolumen (groß, mittel, klein)
- Inhaltlich-thematische Schwerpunktsetzung (ja vs. nein)
- Größe des Verbreitungsgebietes
- Anzahl der Radiowerkstätten pro Standort
- Anzahl der Bürgerfunkgruppen pro Standort

Bürgerfunkgruppen

- Schwerpunkt in der Produktion (ja vs. nein)
- Produktion von Zielgruppensendungen (ja vs. nein)
- Frequenz der Produktion
- Umfang der Produktion

Mit den Chefredakteuren (bzw. zwei Bürgerfunkkoordinatoren) von Lokalfunkstationen in zwölf Verbreitungsgebieten wurden telefonische Leitfadengespräche geführt; die Auswahl erfolgte als Zufallsstichprobe.

3.4 Ergebnisdarstellung und Definition zentraler Begriffe

Datenbasis

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Inhaltsanalyse dargestellt. Hierbei werden zunächst das komplette Untersuchungsmaterial als ein Datensatz behandelt und die Ergebnisse für den Bürgerfunk als Ganzes dargestellt. In den Abbildungen und Tabellen sind die für die einzelnen Programmkategorien ermittelten Daten überwiegend zeitlich gewichtet und in relativen Werten (Prozentangaben) dargestellt. Die Prozentuierungsbasis ist hierbei zunächst das gesamte (deutschsprachige) Programm der analysierten Stichprobe, im nächsten Selektionsschritt wird sie durch das Informationsprogramm gebildet usw. Die wechselnde Prozentuierungsbasis wird jeweils am Fuß der Graphik oder

¹³ Förderverein Aachener Radio (FARa), Bürgerradio Beverungen (Höxter/Paderborn), Tiere im Kulturschunigel und BI Bürgerwache (Bielefeld), Förderverein Lokalradio Bonn und Rhein-Sieg (LORA), Sender RIO und Medienforum Duisburg, Bürgerfunk für Euskirchen, VHS Köln im Komed und Katholisches Bildungswerk Köln.

Tabelle ausgewiesen. Anschließend wird eine standortbezogene Betrachtung der Daten vorgenommen. Hierzu werden die zentralen Programmkategorien für jeden Standort dargestellt. Auch diese Angaben werden lediglich in relativen Werten abgebildet und zwar als positive (+) oder negative (-) Abweichung vom NRW-Mittelwert. Diese Darstellungsform hat den Vorteil, dass standort-spezifische Besonderheiten leicht erkennbar werden. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die relativen Werte sich jeweils auf eine unterschiedliche Datenbasis beziehen. Die absoluten Werte für die einzelnen Standorte sind daher im Anhang detailliert dargestellt.

Im Kapitel 5 werden die Ergebnisse aus unterschiedlichen Akteursanalysen dargestellt. Hierbei erfolgt in der Gliederung keine Trennung zwischen den quantitativen und den qualitativen Erhebungen. Grundsätzlich gilt, dass die Zahlenangaben in relativen Werten auf den Ergebnissen der schriftlichen Befragungen beruhen, wobei die Datenbasis am Fuß jeder Graphik oder Tabelle angegeben ist. Die Ergebnisse der qualitativen Erhebungen werden hingegen bei der Interpretation zur externen Validierung (Plausibilitätsprüfung) der Ergebnisse herangezogen oder sind als Fallbeispiele gekennzeichnet.

Zentrale Kategorien der Programmanalyse

Untersuchungseinheiten (Fälle) = Der erste Schritt der inhaltsanalytischen Kategorisierung des Hörfunkprogramms besteht in der Bildung sog. Untersuchungseinheiten. Diese sind definiert als thematisch/inhaltlich zusammengehörige Sendestrecken derselben Darstellungsform. Für Musikstrecken bedeutet dies, dass mehrere, ohne Wort- oder Jingle-Unterbrechung hintereinander gespielte Titel eine Untersuchungseinheit bilden. Für besonders kleinteilige Untersuchungseinheiten (insbesondere Jingles) gilt als Erfassungsgrenze eine Länge von 3 Sekunden. Darunter liegende Elemente werden der vorhergehenden Untersuchungseinheit zugerechnet. Das Informationsprogramm wird auf Beitragerebene erfasst, d.h. jeder thematische Wechsel begründet eine Untersuchungseinheit, jeder Wechsel der Darstellungsform ebenfalls.

Musik = Alle Formen der Musik innerhalb des redaktionellen Programms, sofern es sich nicht um „Musikunterlegung“ von Wortstrecken handelt.

Verpackung = Unter Verpackung werden die zumeist individuell für das jeweilige Programm produzierten Jingles (aus Musik, Sprache und Klängen bestehende Elemente) mit der Funktion der Programmidentifikation oder Trailer (Programmhinweise oder Hinweise auf Aktionen des Senders) subsumiert.

Regie- und Unterhaltungsmoderation = Regie- und Unterhaltungsmoderationen sind sämtliche Moderationen, die keine wesentlich über die Programmbegleitung hinausgehenden Informationen enthalten. Hierzu gehören beispiel-

haft: Stations- und Senderkennung, Verweise auf spätere Sendungen, Nennung von Musiktitel, Interpret und Musikgenre, Hinweise auf Spiele und Verlosungen, allgemeines primär unterhaltendes Geplauder (auch mit Hörern) über Befindlichkeiten, Wetter, Personen und Ähnliches mehr.

Wortunterhaltung = Fiktionale oder nichtfiktionale Unterhaltungsformen, Comedy etc.

Information = Unter dieser Kategorie wird der informierende Kern des Programmangebotes in Form von Nachrichten, Informationsmoderation, Service und radiojournalistischen Darstellungsformen erfasst.

Politische Sachthemen = Themen von allgemeinem öffentlichem Interesse aus den Bereichen: Politik, Verwaltung, wirtschaftliche und gesellschaftliche Sachthemen, soweit sie im allgemeinen Diskurs politisiert sind bzw. kontrovers diskutiert werden.

Gesellschaftliche Sachthemen = Unpolitische, weitgehend nicht kontroverse Themen, ohne weitreichende gesamtgesellschaftliche Bedeutung aus Wirtschaft, Wissenschaft, gesellschaftlichem Leben, Kultur, Alltagskultur usw.

Human-Touch (Soft-News) = Themen zu menschlichen Befindlichkeiten von Prominenz, Normalbürgern sowie Kriminalität, Katastrophen, Kuriositäten, Alltagsbanalitäten usw.

Private Lebenswelt = Beratungsthemen zur Lebensbewältigung aus den Bereichen Reisen, Ernährung, Gesundheit, Psychologie, Beziehungen, Wohnen, Haushalt, Hobby usw.

Sport = Wettkampfsport, Ergebnisse, Begegnungen.

Sonstige Themen = Alle nicht unter die obigen Kategorien zu subsumierenden Themen; zumeist handelt es sich hierbei um Verkündigung, Gottesdienstübertragungen, Meditation.

Die sonstigen Kategorien der Programmanalyse sind in Kapitel 4 erläutert.

4 Das Programmangebot des Bürgerfunks

4.1 Die Rahmenbedingungen der Programmproduktion und des Sendungsablaufs

Der Programmumfang des Bürgerfunks ist im LMG NRW §72, Abs.3 auf eine Zeitspanne von mindestens 50 und maximal 120 Minuten pro Tag festgelegt. In der Programmpraxis bilden für jede Sendestunde des Bürgerfunks die Nachrichten und der Werbeblock des Lokalradios den Rahmen. Die „Sendestunde“ des Bürgerfunks beträgt somit „netto“ lediglich 52 Minuten.

In der Regel beginnt der Bürgerfunk um 18 Uhr mit seiner Ausstrahlung. Im Laufe der letzten Jahre wurden jedoch auf Drängen von radio NRW – nahezu flächendeckend – Vereinbarungen zwischen den Lokalradios und den Radiowerkstätten getroffen¹⁴, den Bürgerfunk auf spätere Sendezeiten zu verschieben¹⁵. Der Sendebeginn liegt nunmehr häufig bei 19 oder 20 Uhr. Die Verschiebung auf diesen späteren Sendetermin haben die Lokalradios mit der sog. lokalen Option begründet, die laut Gesetz möglich ist.¹⁶ Aus ökonomischen Gründen sehen sich die Lokalradios veranlasst, die Zeit zwischen 18 und 20 Uhr – ohne Rücksprache mit der Radiowerkstatt – zu „verkaufen“¹⁷. In der Sendepaxis führt dies dazu, dass der Bürgerfunk auf unattraktivere Sendeplätze verdrängt wird. Entsprechend kritisch wird dieses Vorgehen der Lokalsender von den Bürgerfunkern gesehen, wodurch das teilweise ohnehin angespannte Verhältnis zusätzlich belastet wird. Die Bürgerfunker sind allerdings nicht durchgehend mit der Verschiebung unzufrieden, da die sog. Drive-Time¹⁸ sich u. a. aufgrund veränderter Ladenöffnungszeiten ohnehin nach hinten

14 Die entsprechenden Vereinbarungen sind mit Zustimmung der LfM getroffen worden.

15 Dies wird in Verbindung mit Zugeständnissen auf anderen Ebenen gemacht, beispielsweise mittels Einräumung zusätzlicher Sendezeit über das gesetzliche Maß hinaus oder des „Teasings“ von Bürgerfunkbeiträgen im Lokalradioprogramm.

16 Zusätzlich zu ihren regulären Sendevolumina können die Lokalradios die so genannte „lokale Option“ für weitere Sendezeit in Anspruch nehmen.

17 In diesem ökonomisch attraktiven Zeitkorridor (hohe Einschaltquote in der Drive-Time) überlässt das Lokalradio Sendezeit an Werbetreibende bzw. Sponsoren.

18 Als „Drive-Time“ wird in der Hörfunkbranche der Anstieg der Hörerschaft durch die Rezeption im Autoradio bei der Heimfahrt von der Arbeit oder vom Einkauf bezeichnet.

verschoben hat. Dies korreliert mit dem Befund, dass zahlreiche Bürgerfunk-Hörer den Bürgerfunk während der Autofahrt rezipieren.¹⁹ Eine Ausnahme von der abendlichen Sendezeit bildet das Verbreitungsgebiet Essen, wo – als Relikt aus früheren Zeiten – noch vormittags von 9–10 Uhr ein Sendeplatz zur Verfügung steht. Die Sendeplätze des Bürgerfunks in den einzelnen Verbreitungsgebieten sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

Tabelle 4-1: Sendezeiten des Bürgerfunks

(Fortsetzung nächste Seite)

Verbreitungsgebiet	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
Kreis Aachen (107.8 Antenne AC)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	–	–
Stadt Aachen (Aachen 100,eins)	20–22	20–22	20–22	18–22	–	18–20	18–20
Bielefeld (Radio Bielefeld)	20–22	20–22	20–22	20–22	20–22	18–20	18–20
Bochum (Radio 98,5)	20–22	20–22	20–22	20–22	20–22	18–20	18–20
Bonn/Rhein-Sieg-Kreis (Radio Bonn/Rhein-Sieg)	20–22	20–22	20–22	20–22	20–22	20–22	18–20
Kreis Borken (Westmünsterlandwelle)	19–20	19–20	19–21	19–21	19–20	19–20	19–20
Botrop, Gelsenkirchen (Radio Emscher-Lippe)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21
Kreis Coesfeld (Radio Kiepenkerl)	19–20	19–21	19–21	19–20	19–20	19–20	19–20
Dortmund (Radio 91,2)	20–22	20–22	20–22	20–22	20–22	18–20	18–20
Düren (Radio Rur)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	18–19	18–19
Düsseldorf (Antenne Düsseldorf)	20–23	20–23	20–23	20–23	20–23	19–21	23–24
Duisburg (Radio Duisburg)	20–22	20–22	20–22	20–22	20–22	18–20	18–20
Ennepe-Ruhr-Kreis (Radio en)	19–20	19–20	19–20	19–20	19–20	18–19	18–19
Erftkreis (Radio Erft)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21
Essen (Radio Essen)	09–10 20–22	09–10 20–22	09–10 20–22	09–10 20–22	09–10 20–22	18–19:30	18–19:30
Euskirchen (Radio Euskirchen)	19–20	19–20	19–20	19–20	19–20	18–20	18–20
Gütersloh (Radio Gütersloh)	19–21	19–20	19–20	19–20	19–21	18–19	18–19
Hagen (Radio Hagen)	18–19:16	18–19:16	18–19:16	18–19:16	18–19:16	18–19:16	18–19:16
Hamm (Lippewelle Hamm)	19–20	19–20	19–20	19–20	19–20	18–20	18–20
Kreis Heinsberg (Welle West)	19–20	19–20	19–20	19–20	19–20	18–20	18–20

Quelle: Bürgerfunk-Statistik der LfM

¹⁹ Der Befund resultiert aus dem Hörer-Feedback an die Radiowerkstätten.

Tabelle 4-1: Sendezeiten des Bürgerfunks*(Fortsetzung)*

Verbreitungsgebiet	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
Herford (Radio Herford)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	18–19	18–19
Herne (Radio Herne 90acht)	18–20	18–19	18–19	18–19	18–19	18–19	18–19
Hochsauerlandkreis (Radio Sauerland)	18–19	18–19	18–19	18–19	18–19	18–19	20–22
Kreis Höxter/Paderborn (Radio Hochstift)	19–20	19–20	19–20	19–20	19–20	18–20	18–20
Kreis Kleve (Antenne Niederrhein)	19–20	19–20	19–21	19–20	19–20	18–19	18–19
Köln (Radio Köln)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	18–20	18–20
Kreis Krefeld/Viersen (Welle Niederrhein)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	18–19	18–19
Leverkusen (Radio Leverkusen)	19–21	19–21	19–21	19–20	19–21	19–20	19–20
Kreis Lippe (Radio Lippe)	19–20:30	19–20:30	19–20:30	19–20:30	19–20:30	19–20	19–20
Märkischer Kreis (Radio MK)	20–22	20–22	20–22	20–22	20–22	18–20	18–21
Kreis Mettmann (Radio Neandertal)	18–20	18–20	18–20	18–20	18–20	18–19:16	18–19:16
Kreis Minden-Lübbecke (Radio Westfalica)	18–19	18–20	18–19	23–24	20–21	17–19	18–20
Mönchengladbach (Radio 90,1)	19–20	19–20	19–21	19–21	19–20	19–20	19–20
Mülheim/Oberhausen (Antenne Ruhr)	18–21	18–20	18–21	18–20	18–21	18–20	18–20
Münster (Antenne Münster)	20–22	20–22	20–22	20–22	20–24	18–22	18–22
Kreis Neuss (NE-WS 89,4)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	18–19:30	18–19:30
Oberberg./Rh.-Berg. Kreis (Radio Berg)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	18–19	18–19
Kreis Recklinghausen (Radio FIV)	18–20	18–20	18–20	18–20	18–20	18–20	18–20
Remscheid/Solingen (Radio RSG)	19–20:16	19–20:16	19–20:16	19–20:16	19–20:16	18–20	18–20
Kreis Siegen-Wittgen- stein (Radio Siegen)	18–19	18–19	18–19	18–19	18–19	18–20	18–20
Kreis Soest (Hellweg Radio)	18–20	18–19	18–20	18–19	18–19	18–19	12–13
Kreis Steinfurt (Radio RST)	20–21:30	20–21:30	20–21:30	20–21:30	20–21:30	20–21:30	20–21:30
Unna (Antenne Unna)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21
Kreis Warendorf (Radio WAF)	20–21	19–21	19–21	19–20	19–21	18–19	18–19
Kreis Wesel (Radio K. W.)	19–21	19–21	19–21	19–21	19–21	18–20	18–20
Wuppertal (Radio Wuppertal)	19–20:30	19–20:30	19–20:30	19–20:30	19–20:30	19–20:30	19–21

Quelle: Bürgerfunk-Statistik der LfM

Bei einem Großteil der Radiowerkstätten gibt es feste Sendeplätze, so dass einerseits eine gewisse Verbindlichkeit und Struktur für die Bürgerfunkgruppen gegeben ist, andererseits aber auch eine Erwartbarkeit für die Hörerschaft, d. h. das Auditorium kann gezielt einschalten, da eine verlässliche Programmstruktur zugrunde liegt. Das „Prinzip der Schlange“²⁰ findet im Bürgerfunk offensichtlich kaum noch Anwendung. Darüber hinaus wird in allen Radiowerkstätten ein gewisses Kontingent an freien Sendeplätzen zur Verfügung gestellt (meistens sog. „Überhänge“ aus der jeweils 5. Woche eines Monats), um auch den sporadisch oder einmalig produzierenden Gruppen²¹ ein Forum zu bieten.

Je nach Anzahl der Radiowerkstätten und Bürgerfunkgruppen im Verbreitungsgebiet könnten teilweise noch zusätzliche Produktionen – über die vorgesehene Bürgerfunk-Sendeleistung hinausgehend – im Programm platziert werden. So müssen sich Verbreitungsgebiete mit vielen Radiowerkstätten und Bürgerfunkgruppen manchmal beschränken und weichen von einstündigen Produktionen auf halbstündige Sendeformate aus, um der Nachfrage nach Sendeplätzen gerecht zu werden. Umgekehrt kommt es durchaus vor, dass Verbreitungsgebiete mit nur einer Radiowerkstatt oder wenigen Bürgerfunkgruppen ihr Sendekontingent nicht ausschöpfen können. Begrenzte Sendezeit wird darüber hinaus dadurch ausgeglichen, dass die Sendeintervalle vergrößert werden: Manche Gruppen strahlen ihre Produktionen in zwei-, vier- oder sechswöchigen Rhythmus aus. Hierbei spielen allerdings vielfach auch die personell und zeitlich knappen Kapazitäten der jeweiligen Bürgerfunkgruppen eine große Rolle, für die eine wöchentliche Produktion nicht möglich ist.

Der Übergang zwischen dem Lokalfunkprogramm und dem Bürgerfunkprogramm wird mit einem Jingle abgetrennt. Dazu gibt es inhaltlich verschiedene Versionen. Die formalistische Variante lautet sinngemäß: „Es folgt eine Sendung des Bürgerfunks; das Lokalradio ist laut Landesmediengesetz § 24 Abs. 4 zur Ausstrahlung dieser Sendung verpflichtet; verantwortlich für Inhalt, Gestaltung und Musikauswahl sind ausschließlich die Bürgerfunkgruppen; laut Landesrundfunkgesetz darf das Lokalradio keinen Einfluss auf den Bürgerfunk nehmen; das reguläre Radioprogramm hören Sie wieder in einer Stunde“.²² Diese Form des Jingles hat im Verständnis der Bürgerfunker eine leicht diskriminierende (distanzierende) Funktion. Sie spiegelt eine deutliche Abgrenzung des Lokalradios vom Bürgerfunk wider. Mancherorts ist das Verhältnis zwischen Lokalradio und Bürgerfunk allerdings von wechselseitiger Akzeptanz und Kooperation geprägt. Im Übergangsjingle kommt dies zum Ausdruck, der beispielsweise in Bielefeld lautet: „Und jetzt folgt der Bürgerfunk: Radio *von*

20 Dieses Prinzip wurde zu Beginn der Offenen Kanäle in Deutschland häufig angewandt. Dabei wurden Beiträge nach Reihenfolge der Ablieferung im OK ausgestrahlt.

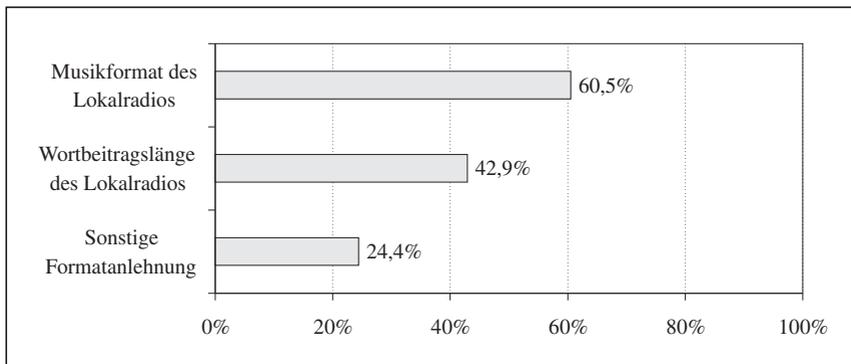
21 So genannte „Einmalproduzenten“ oder „Ein-Punkt-Bewegungen“.

22 Kompiliert aus verschiedenen Jingles.

Bielefeldern *für* Bielefelder.“ Andere Beispiele lauten: „Der Bürgerfunk – Radio von Hörern selbst gemacht. Radio Euskirchen meldet sich wieder ab 20 Uhr“ (Euskirchen), „Bürgerfunk – Hörer machen Programm“ (Kreis Wesel), „Radio Erft – Bürgerfunk“ oder in Köln mit eigenem Jingle der Bürgerfunker zu Beginn der regelmäßigen Magazinschiene „Rheintime“.

Der Übergang von Lokalradioprogramm zu Bürgerfunkprogramm scheint ein grundsätzliches Problem – in erster Linie für den Lokalsender – zu sein, zumal das Bürgerfunkprogramm von Senderseite nahezu durchgängig als „Fremdkörper“ gesehen wird. Auch wenn es keine direkten, offiziellen oder schriftlichen Vorgaben gibt (und laut Gesetz auch nicht geben darf), so existieren vielerorts Empfehlungen bzw. freiwillige Absprachen, dass der Bürgerfunk sich am Musik- und Wortformat des Lokalsenders orientieren möge, um Brüche im Programm zu vermeiden (audience flow). Manche Bürgerfunker haben bereits von sich aus ein Interesse daran, dass der Bruch möglichst gering ist, um einen Abschaltimpuls zu vermeiden. Das führt häufig dazu, dass eine „Formatanlehnung“ stattfindet, d. h. die Bürgerfunker übernehmen freiwillig das Format des Lokalradios (beim Wortformat gibt es die Vorgabe 1:30 oder 2:30 Minuten Beitragslänge; beim Musikformat wird Mainstream gespielt). In Köln gibt es bspw. ein sog. „Vorformat“, d. h. die erste Bürgerfunkstunde („Rheintime“) geht „formatgetreu“ über den Äther bzw. ist „als Übergangspuffer zwischengeschaltet“ und die zweite Stunde ist dem Belieben der freien Gruppen überlassen. Es gibt aber auch Gruppen bzw. Radiowerkstätten, die eine solche Vorgabe schlichtweg ablehnen, da sie sich bewusst von dem Programm des Lokalsenders abheben wollen. Diese Bürgerfunker verstehen sich als Einschaltradio, d. h. sie sprechen ein Auditorium an, das den Bürgerfunk gezielt einschaltet. Man hat keinerlei Interesse, die Hörerschaft des Lokalradios in die eigene Sendung „überzuziehen“.

Abbildung 4-1: Form der Formatanlehnung des Bürgerfunks



Basis: 119 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung, Mehrfachnennung möglich

Die obige Abbildung aus der Befragung der Radiowerkstätten zeigt, dass sich nach eigenen Angaben über 60 Prozent der Radiowerkstätten dem Musikformat ihres Lokalradios anpassen. 43 Prozent lehnen sich in ihrer Wortbeitragslänge (besser gesagt: -kürze) an die Standards der Lokalradios an. Fast ein Viertel der Radiowerkstätten praktiziert eine darüber hinausgehende Anlehnung in Form von Orientierung an „Stundenuhr“, Anmutung und Präsentationsstil.

Für den zeitlichen Umfang der Sendungen gibt es zwei Vorgaben: Es besteht die Möglichkeit einer halbstündigen Sendung (also 26 Minuten) und einer einstündigen Sendung (also 52 Minuten). Nachrichten und Werbeblock des Lokalradios sind der verbleibenden Zeit vorbehalten. Für den Übergang zwischen dem Ende der Bürgerfunksendung und dem Werbeblock besagt die Vorgabe, dass ab Minute 48 nur noch Instrumentalmusik gespielt werden sollte. Damit besteht die Möglichkeit für den Lokalsender, jederzeit aus dem Bürgerfunkprogramm „auszusteigen“, um auf das eigene Programm überzuleiten. Die Gestaltung des Übergangs wird jedoch von den Lokalradios teilweise „unsensibel“ umgesetzt: So finden manchmal harte Schnitte statt bzw. es kommt zu abrupten Übergängen.

Bei den Beiträgen und Sendungen, die von den Bürgerfunkern erstellt werden, handelt es sich durchweg um Vorproduktionen. Live-Sendungen gibt es – aufgrund des Sonderstatus – lediglich im Aachener Verbreitungsgebiet oder aber projektgebunden mit Sondergenehmigung durch die LfM. Je nach Dauer der Teilnahme an Bürgerfunkproduktionen und der dabei gewonnenen praktischen Erfahrungen unterscheidet sich der jeweilige Produktionsaufwand der Bürgerfunker. Der Zeitaufwand für Anfänger ist erheblich höher als der von Fortgeschrittenen. Letztere produzieren – allerdings abhängig von der journalistischen Darstellungsform – im Verhältnis 1 : 1 bzw. „quasi live“, d. h. die Sendung wird direkt im Stück aufgenommen, ohne dass sie aufwändig am Schnittpult „zusammengebaut“ (sog. „Bastelradio“) werden muss. Diese Vorgehensweise orientiert sich an Realbedingungen und spart Zeit.

Für die Abgabe der sendefertigen Bürgerfunkproduktion gilt allgemein die Vereinbarung, dass der entsprechende Ton-/Datenträger drei Tage vor Ausstrahlung beim Sender vorliegen muss. Zwischenzeitlich wurde diese Vereinbarung vielerorts abweichend geregelt, so dass mitunter zwei Tage oder sogar ein Tag ausreichen. Teilweise wird dieser Zeitrahmen noch unterschritten, um im Bedarfsfall auch ein gewisses Maß an Aktualität gewährleisten zu können. Diese Abgabepaxis²³ ist meist Ausdruck eines pragmatischen und kollegialen Verhältnisses vor Ort. Gleichzeitig spiegelt es aber auch das gewachsene Vertrauensverhältnis zwischen den Akteuren wider. Eine Prüfung der Sendung

23 Die Abgabe der sendefertigen Produktion beim Sender erfolgt auf zwei unterschiedliche Weisen: Mal gibt es den direkten Kontakt über die persönliche „Überreichung“, mal wird der Datenträger – sehr unpersönlich – in ein dafür vorgesehenes Fach gelegt.

vor der Ausstrahlung durch Mitarbeiter des Lokalsenders (Bürgerfunkkoordinator) erfolgt aus zeitlichen Gründen nicht immer im Lokalfunk. Diese Kontrolle wird oftmals bereits von den Radiowerkstätten (Leiter, Kommunikations- helfer, Gruppenbetreuer) übernommen, da sie Interesse an einer konfliktfreien Zusammenarbeit haben, und um sich Freiräume zu verschaffen. Die Mitarbeiter der Radiowerkstätten wiederum wissen genau, welche Bürgerfunkgruppen ein entsprechendes Vertrauen genießen, ohne dass ihre sendefertigen Produktionen regelmäßig überprüft werden müssen. Man kann jedoch schließlich davon ausgehen, dass die Produzenten sich selber für ihre Produktionen verantwortlich fühlen, da sie bei Zuwiderhandeln negative Sanktionen zu befürchten hätten, das hieße u. U. Sendeverbot. Die Zahl der Beanstandungen bzw. Zurückweisungen von Bürgerfunkproduktionen ist in den letzten Jahren deutlich rückläufig und hat sich auf nur noch wenige Einzelfälle reduziert. Dies ist wiederum ein Indikator für das eingespielte und an etlichen Standorten befriedete Verhältnis zwischen Lokalsendern und Radiowerkstätten.

Recherchen, Vorarbeiten, Arbeitsbesprechungen etc. werden in erster Linie in privaten Räumlichkeiten der Bürgerfunker vorgenommen. Die eigentliche Programmproduktion (Aufnahme, Schnitt etc.) von Bürgerfunkbeiträgen und -sendungen findet letztlich in der Radiowerkstatt, unter Benutzung der dortigen technischen Ressourcen, statt. Die Zeiten der Inanspruchnahme werden über Stubiobeleglisten organisatorisch geregelt und funktionieren nach unseren Erhebungen relativ unkompliziert. Die Kommunikation zwischen der Radiowerkstatt und den Bürgerfunkgruppen wird teilweise über das Internet (wie z. B. der ‚Webwecker‘ in Bielefeld) abgewickelt, worüber die Gruppen problemlos miteinander kommunizieren, Termine tauschen etc. Die Bürgerfunkgruppen sind darüber hinaus oftmals intern und untereinander sehr gut selbstorganisiert („kurzer Dienstweg“, Telefon, persönliche Kontakte), was einen reibungslosen Ablauf nur befördert.

4.2 Grundstruktur des „Gesamtangebotes“ des Bürgerfunks in NRW

Im nachfolgenden Überblick über das Programmangebot des Bürgerfunks in NRW sind die Daten aus der Analyse der standortspezifischen Sendungen zusammengefasst. Das hierdurch entstehende „Gesamtprogramm“ ist allerdings als ein analytisches Konstrukt aufzufassen, welches für den Hörer keine unmittelbare Relevanz hat.²⁴ Da das Programm des Bürgerfunks in NRW von

24 Die „normale“ Hörerperspektive richtet sich im Regelfall auf *einen* Standort. Eine Ausnahme bildet das Ruhrgebiet, wo es aufgrund der Enge der Verbreitungsgebiete zu sog. „Overspills“ kommen kann. Hörer haben somit die Möglichkeit, zwei oder mehr Bürgerfunkprogramme zu rezipieren. Das Duisburger Bürgerfunkprogramm kann beispielsweise in Düsseldorf, Bochum, Essen und Bottrop empfangen werden.

Standort zu Standort höchst unterschiedlich ist, wird die individuelle Wahrnehmung des Bürgerfunks jedoch stark von den jeweiligen lokalen Gegebenheiten geprägt.

Gerade vor dem Hintergrund einer Vielzahl disparater Rezeptionserfahrungen mit Bürgerfunkprogrammen erscheint eine Betrachtung des „Gesamtprogramms“ sinnvoll. Aus der Nivellierung der standortspezifischen Einzelergebnisse eröffnet sich nämlich der Blick auf das Bürgerfunkangebot in NRW aus zwei Perspektiven:

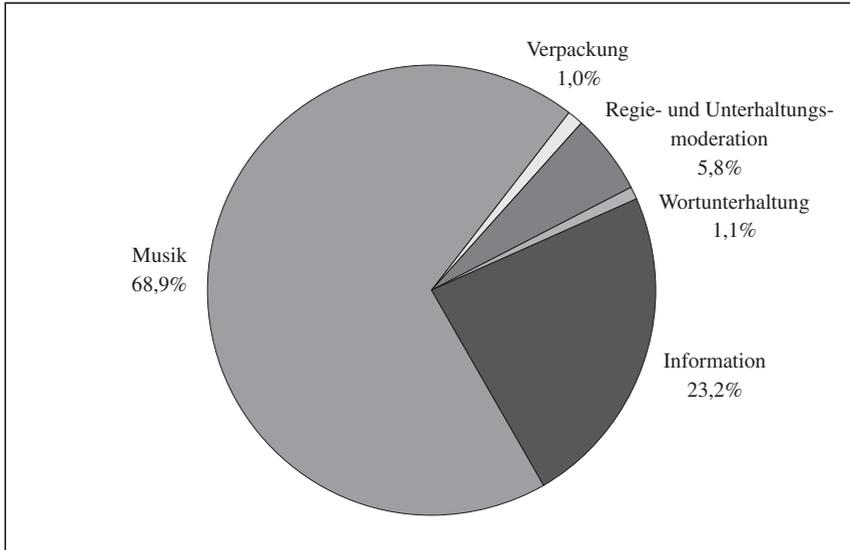
- Zum einen wird die Gesamtleistung des Bürgerfunkangebotes sichtbar und hierdurch ein Vergleich mit dem Angebot des privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunks ermöglicht.
- Zum anderen beschreiben die dargestellten Mittelwerte die *durchschnittliche Programmpraxis* des Bürgerfunks in NRW und bieten somit eine Basis, auf der die standortspezifischen Programmangebote „gemessen“ werden können.

Grundstruktur

Die Grundstruktur des Gesamtprogramms aller untersuchten Bürgerfunkprogramme zeigt eine auffallende Nähe zum Format des Lokalradios in NRW. Nimmt man als Bezugspunkt dasjenige Programm, das von den jeweiligen Lokalfunkstationen selbständig produziert wird (also ohne das *radio NRW*-Mantelprogramm), so ist die Grundstruktur ähnlich. In einer Erhebung aus dem Jahr 2001²⁵ ergaben sich für vier exemplarisch untersuchte Lokalradios im Mittelwert bei der Musik 62,8 Prozent. Der Musikanteil des Bürgerfunks liegt also mit 68,9 Prozent noch etwas über demjenigen der lokalen Hörfunkangebote. Dennoch hat der Informationsanteil im Bürgerfunk mit 23,2 Prozent einen etwas höheren Wert als im Lokalradioangebot mit 21,2 Prozent.

25 Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef: Inhaltsanalyse – Kommunikationsangebote in lokalen Medienlandschaften. A. a. O.

Abbildung 4-2: Grundstruktur des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Deutschsprachiges Gesamtprogramm des Bürgerfunks (t = 399:57:09)

Die Kategorie „Verpackung“ (Jingles und Trailer) ist mit 1 Prozent erheblich geringer als im sonstigen Lokalradio (2,5 Prozent). Der Anteil der Regie- und Unterhaltungsmoderation liegt allerdings mit 5,8 Prozent deutlich höher als der Durchschnitt in den untersuchten Lokalradios mit 4,2 Prozent. Mit anderen Worten: Im Bürgerfunk wird relativ viel Sendezeit mit substantiell *nicht informativer* Moderation „gefüllt“.

In der hier vorgenommenen (hochgradig verdichteten und somit abstrakten) Betrachtungsweise unterscheidet sich das Angebot des Bürgerfunks also nur unwesentlich von demjenigen des Lokalfunks. Hierfür sind sicherlich mehrere Faktoren ausschlaggebend: Zum einen bemühen sich etliche Akteure des Bürgerfunks vielerorts um ein Programmangebot, das sich nicht allzu extrem von demjenigen des Lokalradios unterscheidet (Formatangleichung, s. o.). Zum anderen hat auch bei einer großen Zahl von Bürgerfunkern das Musikprogramm einen hohen Stellenwert. Das Programmangebot des Bürgerfunks wird zudem häufig im Format von reinen Musikmagazinen (rd. 31 Prozent) oder Magazinsendungen mit hohen Musikanteilen (rd. 21 Prozent) präsentiert. Das Mischungsverhältnis zwischen Musik und Wort entspricht allerdings bei den Bürgerfunkern in NRW demjenigen vergleichbarer Angebote des OK-Hörfunks in anderen Bundesländern. So zeigt eine Erhebung aus dem Jahr 2001 für den

OK-Hörfunk in Niedersachsen Musikanteile zwischen 60–70 Prozent je Standort.²⁶

Es spricht allerdings einiges dafür, dass im Selbstverständnis der Bürgerfunker und in der Programmpraxis das Musikprogramm in letzter Zeit an Bedeutung gewonnen hat. In einer Programmanalyse des Bürgerfunks in NRW aus dem Jahr 1997 (von allerdings nur sechs Standorten) stellten die Autoren einen Musikanteil von lediglich 59,1 Prozent fest.²⁷

- ▶ Auf der Ebene der Grundstruktur des Programmangebotes zeigt sich bereits eine gewisse Affinität des Bürgerfunks zur etablierten Radiopraxis: Viel Musik, viel „Füllmoderation“ und ein vergleichsweise geringer Informationsanteil.

Formate

Für die allgemeine Anmutung eines Hörfunkprogramms ist vor allem auch die Verschränkung zwischen Musik und Wort, die Länge der Wortstrecken und die Themenstruktur innerhalb einzelner Sendungen von Bedeutung. Bei dieser Betrachtungsweise zeigt sich eine gewisse Spezifik des Bürgerfunks im Vergleich zum sonstigen Hörfunkangebot des Lokalfunks: Zum einen gibt es einen Anteil von knapp 26 Prozent *monothematischer Sendungen*. Hierbei handelt es sich um Sendungen, die sich komplett auf ein Thema richten, zumeist vergleichbar lange Wortstrecken haben und eine gewisse Recherchetiefe aufweisen. Diese Art der Radiopraxis findet sich im lokalen Hörfunk nur ausnahmsweise. Bei der standortspezifischen Betrachtung (s. u.) wird noch näher auf die Inhalte dieser Sendungen eingegangen. Zum anderen sind *Ressort-Magazine* als bürgerfunktypisch anzusehen, die einen Anteil von knapp 20 Prozent ausmachen. Hierbei handelt es sich um Sendungen, bei denen alle Wortbeiträge innerhalb eines Themenkomplexes (Soziales, Geschichte, Folklore, Vereinsleben etc.) angesiedelt sind. Häufig sind dies Sendungen, die von Vereinsaktivisten rund um ihr Interessengebiet angesiedelt sind.

Während die Ressort-Magazine und die monothematischen Sendungen eine gewisse – von der herkömmlichen Radiopraxis abweichende – Bürgerfunkspezifika aufweisen, gilt dies für die Mischmagazine und Musikmagazine nicht. Als *Mischmagazin* wurden mit einem Anteil von knapp 21 Prozent Sendungen klassifiziert, die innerhalb eines Musikbettes sehr unterschiedliche Unterhaltungs- und Informationsanteile einstreuen. Für den Hörer ist bei diesem

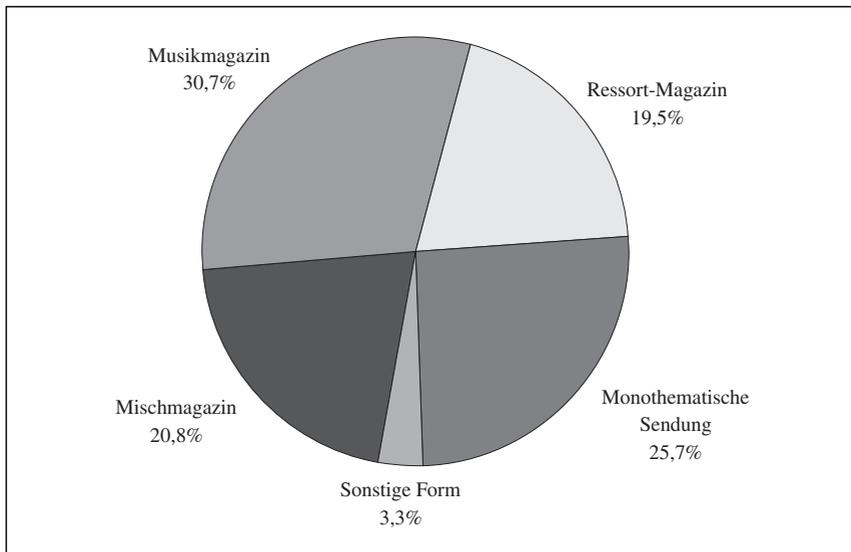
26 Vgl. Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef: Hörfunklandschaft Niedersachsen 2001. Eine vergleichende Analyse des privaten Hörfunks. Berlin 2003, S. 185–218.

27 Vgl. Rutenfranz, Uwe/Gansen, Petra: Programmanalyse Bürgerfunk NRW 1997. Inhaltsanalyse von Bürgerfunksendungen ausgewählter Verbreitungsgebiete. Münster 1997.

Sendungstyp keine Erwartbarkeit von spezifischen Themen verbunden. Grundsätzlich sind Mischmagazine ein Indikator für eine Formatangleichung des Bürgerfunkprogramms an das Lokalradio und für Bürgerfunkgruppen, die inhaltlich-thematisch nicht in der Lage (oder willens) sind, Themen umfangreicher Hörfunkjournalistisch aufzuarbeiten. Letzteres bedeutet, dass verschiedene Beiträge unterschiedlicher Produzentengruppen bzw. Vereine in einem Magazin untergebracht sein können.

Den höchsten Anteil an Sendungsformen nehmen mit fast 31 Prozent die *Musikmagazine* ein. Dies sind Sendungen, bei denen nicht nur die Musik als solche einen großen Raum einnimmt, sondern häufig auch die Moderation bzw. u. U. die journalistischen Beiträge, die auf das Thema Musik gerichtet sind.

Abbildung 4-3: Sendungsformate des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm des Bürgerfunks (t = 411:05:14)

Vermittlungsformen

Bei den Vermittlungsformen der Hörfunkbeiträge zeigt sich, dass die Bürgerfunkprogramme über weite Strecken wenig experimentierfreudig und in starker Anlehnung an Formatradiokonzepte produziert werden. Informative Wortbeiträge werden zu über 57 Prozent über die Moderation vermittelt. Journalistische Darstellungsformen (Bericht, Reportage, Feature, Interviews) nehmen mit rund 24 Prozent den zweiten Platz ein. Hierbei dominieren allerdings mit über

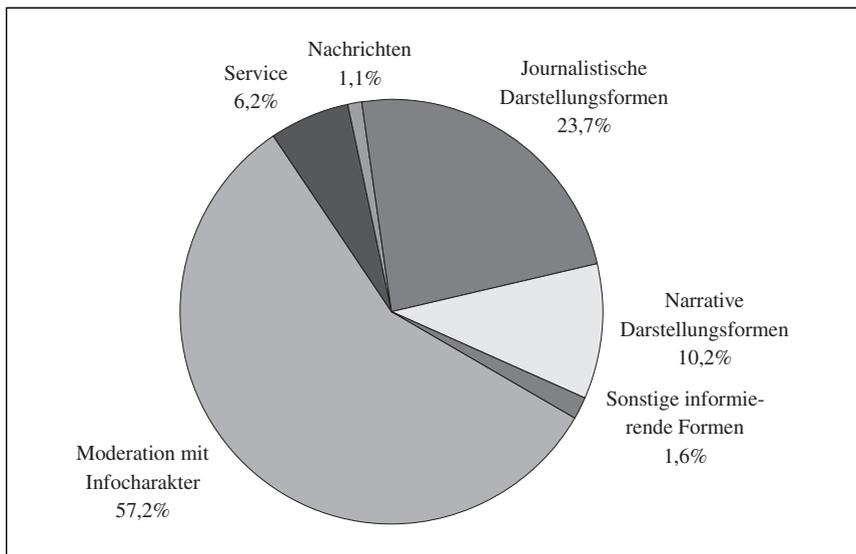
61 Prozent Interview und Gespräch. Diese Form erscheint vergleichsweise einfach in der Produktion. So werden häufig Gesprächspartner ins Studio eingeladen.

Eine spezifische Vermittlungsform, die sich im Lokalfunk ansonsten kaum findet, stellt mit über 10 Prozent die „Narrative Darstellungsform“ dar. Es handelt sich um (häufig autobiographische) erzählende Schilderungen vor dem Mikrophon. Persönliche Erfahrungen, Lebensschicksale und oral history mit lokalem Bezug geben diesen Sendungen eine Anmutung, die sich als bürgerfunkspezifisch bezeichnen lässt.

- Auf's Ganze gesehen muss man aber konstatieren, dass die Möglichkeiten des Mediums Hörfunk (Reportage, Hörspiel etc.) durch die Bürgerfunker kaum ausgeschöpft werden und auf der Ebene der Vermittlungsformen eine gewisse „Phantasielosigkeit“ dominiert.

Die mangelnde Formvarianz rührt sicherlich auch von dem ungleich höheren Produktions- und Zeitaufwand her – und das auf dem Hintergrund von nahezu ausschließlich ehrenamtlicher Tätigkeit im Bürgerfunk.

Abbildung 4-4: Vermittlungsformen des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks (t = 92:51:54)

Der geringe Anteil der Vermittlungsform „Nachrichten“ mit lediglich einem Prozent hat sicherlich mehrere Ursachen: Zum einen erscheint bei der strukturell fehlenden Tagesaktualität der Bürgerfunkproduktionen wegen der Abgabefrist von durchschnittlich drei Tagen eine – etwa auf das lokale Geschehen bezogene – Nachrichtensendung kaum sinnvoll. Ein Nachrichtenformat macht überdies nur bei einer programmstrukturellen Verankerung und regelmäßigen Sendeterminen Sinn; hierauf sind die Produktionsrhythmen der Bürgerfunkgruppen jedoch nicht ausgerichtet. Überdies ist das Interesse an lokalpolitischen Themen bei den Bürgerfunkern generell (s. u.) schwach ausgeprägt. Insgesamt ist das Fehlen von Nachrichten und der damit verbundenen Berichterstattungsleistung ein Indikator dafür, dass sich der Bürgerfunk in NRW in seiner Ausrichtung vom Bürgerhörfunk in anderen Bundesländern deutlich unterscheidet: Insbesondere das Konstruktionsprinzip des nichtkommerziellen Lokalfunks z. B. in Niedersachsen und Hessen führt zu einem Programmprofil des Bürgerfunks, das stärker als in NRW am tagesaktuellen und tagespolitischen lokalen Geschehen orientiert ist.²⁸

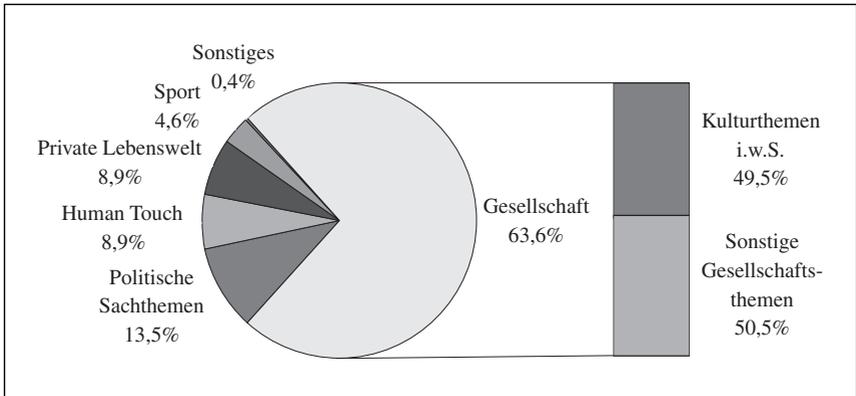
Hinter der Programmkategorie „Service“ stehen zumeist beratende Hinweise innerhalb von Ressort-Magazinen für spezifische Zielgruppen (Senioren) und Special-Interest-Themen (Hobby).

Themen

Das Informationsprogramm des Bürgerfunks richtet sich mit 65,3 Prozent auf den Themenbereich „Gesellschaft“. Hierunter werden nicht-politisierte Themen aus den Feldern Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Gesellschaftliches Leben, Natur erfasst. In diesen Themenfeldern spiegelt sich die breite Palette der spezifischen Interessen der Bürgerfunkgruppen wider. Innerhalb dieses Themensegments ragt mit fast 50 Prozent (Themenbereich „Gesellschaft“ = 100 Prozent gesetzt) der Bereich Kultur besonders heraus. Ansonsten reicht das Themenspektrum von Beiträgen für bestimmte Zielgruppen (Jugend, Senioren) über ein weites Feld von Special-Interest-Themen (Feuerwehr, Jagd, Philatelie, lokale Historie, Landschaftspflege etc.).

28 Vgl. Volpers, Helmut/Schnier, Detlef/Salwiczek, Christian: Programme der nichtkommerziellen Lokalradios in Niedersachsen. Eine Programm- und Akzeptanzanalyse. Berlin 2000 und Brosius, Hans-Bernd/Weiler, Stefan: Programmanalyse nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. Eine Inhaltsanalyse. München 2000

Abbildung 4-5: Themenfelder der Berichterstattung des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent

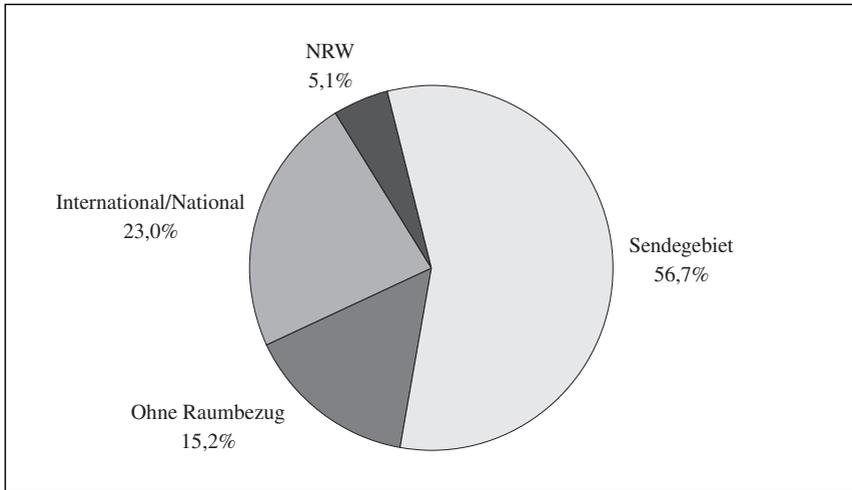


Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks ohne Veranstaltungstipps und Wetter (t = 87:57:51)

Kontroverse Themen aus sämtlichen Politikfeldern machen hingegen lediglich 13,5 Prozent des Informationsprogramms aus. Dieser Befund weist bereits auf die Interessenlage der Bürgerfunker (s. u.) hin: Einem Großteil der Akteure des Bürgerfunks geht es bei ihrem Engagement *nicht* um die Schaffung einer (lokalpolitischen) Gegenöffentlichkeit. Die Thematisierung des politischen Geschehens ist im Programmangebot des Bürgerfunks geringer als im Lokalfunk allgemein. Dies ist allerdings auch ein Reflex auf die Strukturbedingungen des Bürgerfunks in NRW, der keine tagesaktuelle Reaktion auf das politische Geschehen zulässt. Insofern ist die wichtigste Darstellungsform für politische Information im Hörfunk, die tagesaktuellen Nachrichten, im Bürgerfunk kaum vorhanden (s. o.).²⁹

²⁹ Um die aus der Programmanalyse gewonnenen Themen zu verifizieren, wurden die Abrechnungsbögen der Radiowerkstätten vom 2. Quartal 2003 ausgewertet. Diese Datenprüfung erhärtet die Befunde aus der Programmanalyse.

Abbildung 4-6: Raumbezug der Berichterstattung des Bürgerfunks – Anteil der Sendezeit in Prozent



Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks (t = 92:51:54)

Raumbezug

Betrachtet man das Informationsprogramm unter der Perspektive, welche räumliche Zuordnung sich bei den Themen, Ereignissen oder Akteuren, über die berichtet wird, vornehmen lässt, ergibt sich folgendes Bild:

Mit 57 Prozent richtet sich etwas über die Hälfte des Informationsprogramms auf Geschehnisse und Themen aus dem Verbreitungsgebiet. Der mit 43 Prozent nicht unerhebliche Anteil des Bürgerfunksprogramms *ohne Bezug zum Verbreitungsgebiet* ist sicherlich auch ein Resultat der o. g. schwachen lokalpolitischen Themenfokussierung. Andererseits macht er deutlich, dass die Interessen der Bürgerfunker breit gestreut sind und Bürgerfunk nicht ausschließlich als „Sprachrohr“ lokaler Bürgerinteressen verstanden wird.

Wer kommt zu Wort

Ein wichtiger Indikator für die thematische Ausrichtung von Hörfunkprogrammen ist die Analyse der „Zu-Wort-Kommenden“. In dieser Kategorie werden O-Töne von in den Sendungen zu Wort kommenden Personen (neben dem Moderator bzw. Bürgerfunker) gezählt. Die Ergebnisse dieser Messung bestätigen die bereits bei der Themenfokussierung festgestellten Tendenzen: Vertreter des politisch-administrativen Systems kommen im Bürgerfunk, als Reflex auf den geringen Anteil an politischen Themen, kaum zu Wort (7,3 Pro-

zent). Es dominieren mit 47 Prozent die „Normalbürger“, als Bürger des Verbreitungsgebietes (ohne offizielle Funktion), die sich vor dem Mikrofon mit ihrer Meinung bzw. ihrem Anliegen äußern können. Häufig handelt es sich hierbei um Vereinsmitglieder oder Aktivisten verschiedener Special-Interest-Bereiche. An zweiter Stelle rangieren mit 12 Prozent Interessenvertreter von Verbänden, NGOs und ähnlichem. Die Zu-Wort-Kommenden spiegeln sehr deutlich die besondere Forumsfunktion wider, die den Programmen der Bürgerfunker zukommen. Hier können sich Bürger im Medium Hörfunk artikulieren (ohne selbst Bürgerfunkaktivist) zu sein, die im Lokalfunk bzw. anderen lokalen Medien kaum zu Wort kommen dürften.

Tabelle 4-2: „Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm

	Fälle absolut	Fälle in Prozent
Führungselite	178	7,3
Honoratioren	48	2,0
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“	158	6,5
Interessenvertreter	291	12,0
Wirtschaftlicher Gegenbereich	3	0,1
Vertreter aus dem Kulturbereich	200	8,2
Experten	231	9,5
Normalbürger	1.154	47,4
Soft-News-Akteure	11	0,5
Sonstige	159	6,5
Gesamt	2.433	100,0

Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks (t = 92:51:54)

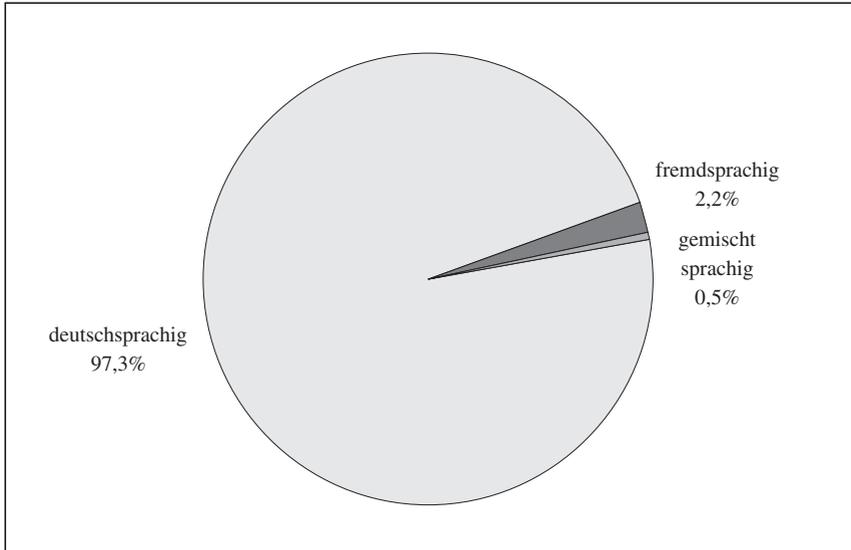
Hier wurden alle innerhalb des Informationsprogramms externen „Zu-Wort-Kommenden“ (= Nicht-Bürgerfunker) gezählt.

Fremdsprache

Innerhalb des Bürgerfunks in NRW spielen fremd- und gemischtsprachige Programmangebote kaum eine Rolle. Nur 2,2 Prozent des analysierten Gesamtprogramms sind fremdsprachig (Sprachen: Türkisch, Russisch, Portugiesisch, Spanisch und Arabisch) und 0,5 Prozent gemischtsprachig. Lediglich in sechs Verbreitungsgebieten wurden im Untersuchungszeitraum entsprechende Sendungen ausgestrahlt, wobei acht Sendungen speziell für Migranten produziert waren. Dies ist ein Hinweis darauf, dass Programmangebote von und für ethnische Minderheiten bzw. Migranten insgesamt nur einen geringen Stellenwert im Bürgerfunk haben.³⁰

30 An dieser Stelle muss jedoch eingeräumt werden, dass es zu bestimmten Zeiten in NRW schwierig war, muttersprachliche Sendungen zu übertragen; sie mussten mühselig per Gesetz und Richterspruch erstritten bzw. erkämpft werden, da die Vorgaben der VG-Satzungen relativ hoch angesetzt sind. Das Problem liegt dabei in der Notwendigkeit einer deutschen Übersetzung, um gegebenenfalls Straftatbeständen vorzubeugen. – Außerhalb unserer Stichprobe sind zwei Radiowerkstätten erwähnenswert, die einen ihrer Schwerpunkte auf Migranten gelegt haben, und zwar Radio Kaktüs (Bottrop) und Funkhaus Marl (Recklinghausen).

Abbildung 4-7: Sprache des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent



Basis: Gesamtprogramm des Bürgerfunks (t = 411:05:14)

4.3 Das Bürgerfunkprogramm aus Hörerperspektive (standortbezogen)

4.3.1 Stellenwert der standortbezogenen Analyse

Während im vorhergehenden Kapitel das Programmangebot des Bürgerfunks in NRW in seiner Gesamtheit betrachtet wurde, steht nunmehr das standort-spezifische Bürgerfunkangebot im Zentrum der Betrachtung. Hierzu wurde eine Darstellungsform gewählt (vgl. Abb. 4-8 ff.), die vor allem auf die standort-spezifischen „Abweichungen“ vom NRW-Mittelwert fokussiert. Die zentrale Achse der Graphik stellt den jeweiligen NRW-Mittelwert einer Programm-kategorie dar. Um diese Mittelwertachse sind die Säulen anhand der positiven oder negativen Abweichungen gruppiert. Die Addition oder Subtraktion der Zahlenangabe pro Säule ergibt den realen Ergebniswert pro Standort.

Diese Darstellungsform ermöglicht für die einzelnen Analyse-kategorien eine Erfassung der Standortspezifik „auf einen Blick“. Allerdings ergeben die einzelnen Kategorien noch nicht das Profil bzw. die Anmutung eines Bürger-funkprogramms vor Ort. Hierzu müssen die einzelnen Programm-kategorien in Beziehung gesetzt und Korrelationen zwischen ihnen beschrieben werden. Um dies zu ermöglichen, werden bestimmte Programm-kategorien in Relation

zueinander betrachtet und interpretiert. Die entsprechenden Säulendiagramme der interpretierten Werte stehen am Ende jedes Kapitels.

Eine standortspezifische Betrachtung des Bürgerfunks erscheint – trotz der dadurch präsentierten Datenfülle – unerlässlich. Es wurde bereits mehrfach betont, dass es „das Bürgerfunkprogramm“ in NRW nicht gibt. Insofern hat eine Betrachtung des Gesamtangebotes lediglich eine heuristische Funktion für die letztlich notwendige Standortanalyse. Bei einer solchen Analyse ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Prozentwerte sich jeweils auf eine sehr unterschiedliche Basis beziehen. Je größer das analysierte Programmangebot ist, um so wahrscheinlicher ist es, dass die hier dargestellte Programmpraxis auch außerhalb unseres Stichprobenzeitraumes ein ähnliches Profil aufweist. Bei Verbreitungsgebieten mit kleinen Stichprobenumfängen (fünf Stunden und weniger) können allerdings einzelne Sendungen auf das Gesamtergebnis stark durchschlagen. Bei der Interpretation der Daten wurde daher zusätzlich eine externe Validierung der Ergebnisse angestrebt. D. h. es wurden Befunde aus den Erhebungen bei den Bürgerfunkgruppen und Radiowerkstätten miteinbezogen, um die Repräsentativität der Daten zu stützen.

Ein Ergebnis der standortspezifischen Betrachtung kann bereits an dieser Stelle vorweggenommen werden:

- ▶ Das Programmangebot des Bürgerfunks in NRW ist insgesamt äußerst vielfältig. Diese Vielfalt ist allerdings nicht an jedem Standort hörbar, vielmehr gibt es in einigen Verbreitungsgebieten auch sehr eindimensionale Bürgerfunkprogramme, in denen bestimmte Sendungstypen, Musikstile oder Inhalte dominieren. Hieraus ergibt sich landesweit eine Facette von unterschiedlichen Programmangeboten.

Allerdings ist diese Facette nicht so breit gefächert, dass jedes Bürgerfunkprogramm nur als Einzelphänomen zu beschreiben ist. Vielmehr lassen sich bei tiefer gehender Analyse Übereinstimmungen zwischen bestimmten Programmprofilen erkennen. In den nachfolgenden Kapiteln werden diese typenbildenden Programmprofile herausgearbeitet und die Faktoren – soweit das Datenmaterial das zulässt – für ihre Entstehung beschrieben.

4.3.2 *Sendevolumen*

Wie bereits oben geschildert, gibt es für den Bürgerfunk kein für alle Verbreitungsgebiete einheitlich festgelegtes Sendevolumen. Im LMG NRW ist in § 72, Abs. 3 Folgendes geregelt: „Die Veranstaltergemeinschaften (§ 58) müssen in ihr Programm nach Maßgabe des Programmschemas Programmbeiträge von Gruppen im Sinne des Absatzes 1 und 2 von 15 vom Hundert der Programmdauer, täglich jedoch mindestens 50 und höchstens 120 Minuten, einbeziehen. Dies gilt nicht, wenn sich die Beteiligten anderweitig einigen.“

Tabelle 4-3: Stichprobenumfang in der Rangfolge des Sendevolumens

Rang	Standort	Dauer absolut	Sendevolumen pro Tag (in Min.)
1	Stadt Aachen (Aachen 100,eins)	26:46:25	114
2	Köln (Radio Köln 107,1)	24:23:21	104
3	Märkischer Kreis (Radio MK)	22:30:50	96
4	Bonn/Rhein-Sieg-Kreis (Radio Bonn/Rhein-Sieg)	22:12:14	95
5	Stadt Münster (Antenne Münster)	21:54:19	93
6	Bochum (Radio 98,5)	21:18:10	91
7	Duisburg (Radio Duisburg)	21:14:45	91
8	Bielefeld (Radio Bielefeld)	18:01:24	77
9	Kreis Lippe (Radio Lippe)	16:52:12	72
10	Düren (Radio Rur)	16:10:30	69
11	Krefeld/Viersen (Welle N Niederrhein)	16:00:07	68
12	Kreis Soest (Hellwegradio)	15:54:36	68
13	Mönchengladbach (Radio 90,1 Mönchengladbach)	15:12:10	65
14	Hamm (Radio Lippewelle Hamm)	15:10:36	65
15	Kreis Unna (Antenne Unna)	14:28:40	62
16	Euskirchen (Radio Euskirchen)	14:18:35	61
17	Oberberg./Rheinisch-Berg. Kreis (Radio Berg)	13:24:31	57
18	Remscheid/Solingen (Radio RSG)	12:41:38	54
19	Herford (Radio Herford)	11:52:46	50
20	Kreis Siegen-Wittgenstein (Radio Siegen)	9:12:01	39
21	Kreis Warendorf (Radio WAF)	8:25:06	36
22	Hagen (Radio Hagen)	7:56:19	34
23	Mettmann (Radio Neandertal 97,6)	7:50:57	33
24	Erftkreis (Radio Erft)	7:36:34	32
25	Höxter/Paderborn (Radio Hochstift)	7:14:45	31
26	Ennepe-Ruhr-Kreis (Radio en)	5:26:22	23
27	Borken (Lokalfunk für den Kreis Borken)	5:00:08	21
28	Kreis Minden-Lübbecke (Radio Westfalica)	4:56:07	21
29	Neuss (NE-WS 89,4)	4:28:25	19
30	Kreis Steinfurt (Radio RST)	2:30:41	10
	Gesamt	411:05:14	Ø 58

Basis: Analysiertes Gesamtprogramm des Bürgerfunks (t = 411:05:14)

In Anlehnung an diese Regelung wurden die Bürgerfunkgruppen in der Frühphase auch als „15 %-Gruppen“ bezeichnet. Die genannten 15 Prozent beziehen sich auf die Sendedauer des von den Veranstaltergemeinschaften jeweils eigenproduzierten lokalen Radioprogramms. Von wenigen Ausnahmen abgesehen sind dies fünf- oder achtstündige Angebote. Vereinfacht ausgedrückt bedeutet dies für den Bürgerfunk, dass in einem Verbreitungsgebiet mit fünf-stündigem Volumen des Lokalradios der Bürgerfunk eine tägliche Sendezeit von einer Stunde und bei einem achtstündigen Lokalradioangebot eine tägliche Sendezeit von zwei Stunden in Anspruch nehmen kann.³¹ Hiervon gibt es aber,

31 Jeweils Bruttosendezeit, d.h. inklusive Nachrichten und Werbung des Lokalsenders.

wie § 72 Abs. 3, Satz 2 ermöglicht, abweichende Regelungen. Bezogen auf die vom Bürgerfunk tatsächlich in Anspruch genommene Sendedauer haben sich in der Praxis drei Gruppen herausgebildet:

1. Verbreitungsgebiete, in denen der Bürgerfunk die maximale Sendedauer von täglich zwei Stunden Bruttosendezeit weitgehend in Anspruch nimmt.
2. Verbreitungsgebiete, in denen der Bürgerfunk eine durchschnittliche Sendezeit von einer Stunde in Anspruch nimmt. Dies sind zumeist diejenigen Standorte, in denen fünfstündige Lokalradios angesiedelt sind.
3. Verbreitungsgebiete, wo weniger (teilweise deutlich weniger) als sieben Stunden pro Woche Bürgerfunkprogramm produziert wird. Zumeist sind dies ländliche Regionen, in denen die Nachfrage nach Bürgerfunksendezeit gering ist.

Bezogen auf die 14-tägige Stichprobe, die der vorliegenden Untersuchung zugrunde liegt, ergibt sich für unsere Erhebungseinheiten die in der vorstehenden Tabelle dargestellte Rangfolge.

Eine Auswertung der von der LfM erfassten Sendevolumina des Bürgerfunks in den letzten Jahren lässt folgende Schlussfolgerung zu:

- Das vom Gesetzgeber vorgegebene Sendevolumen für die Produktion von Bürgerfunk ist in der Mehrzahl der Verbreitungsgebiete völlig ausreichend. Von wenigen Ausnahmefällen in Ballungsgebieten (z. B. Köln) abgesehen ist die Nachfrage nach Sendezeiten nicht höher als die pro Standort möglichen Kontingente. In einigen Fällen ist die Nachfrage sogar geringer als die dem Bürgerfunk eingeräumte Sendezeit.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Entwicklungen des Bürgerfunk-Programmvolumens 1995 bis zum Jahr 2004 in den Verbreitungsgebieten, die in der Programmanalyse untersucht wurden. Hierzu ist eine Indexbildung vorgenommen worden, bei der das Sendevolumen des Jahres 1995 als 100 Prozent gesetzt wurde. Die Indexbildung verdeutlicht, dass lediglich in zwei Verbreitungsgebieten (Düren und Neuss) eine nennenswerte Verringerung in Bezug auf das Referenzjahr feststellbar ist. An etlichen Standorten ist hingegen eine Steigerung gegenüber dem Ausgangsjahr von mehreren 100 Prozent zu konstatieren.

Tabelle 4-4: Entwicklung des Bürgerfunk-Programmvolumens von 1995 bis 2004 für ausgewählte Standorte nach Index

Verbreitungsgebiet	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995
Stadt Aachen (Aachen 100,eins)	176	234	236	234	232	228	92	90	100	100
Bielefeld (Radio Bielefeld)	143	133	114	111	110	113	108	114	97	100
Bochum (Radio 98,5)	143	148	127	130	119	125	95	95	114	100
Bonn/Rhein-Sieg-Kreis (Radio Bonn/Rhein-Sieg)	136	138	108	103	104	105	104	96	110	100
Borken (Lokalfunk für den Kreis Borken)	160	160	100	100	120	20	60	60	80	100
Düren (Radio Rur)	71	71	68	70	92	91	98	92	96	100
Duisburg (Radio Duisburg)	88	88	87	90	89	87	88	87	108	100
Ennepe-Ruhr-Kreis (Radio en)	440	300	340	340	440	260	180	180	120	100
Erftkreis (Radio Erfrt)	96	70	102	102	83	38	119	109	89	100
Euskirchen (Radio Euskirchen)	492	369	331	292	154	85	285	100	-	-
Hagen (Radio Hagen)	391	309	300	318	191	118	145	127	64	100
Hamm (Radio Lippewelle Hamm)	183	183	183	178	175	167	106	81	67	100
Herford (Radio Herford)	124	137	143	135	154	141	109	102	96	100
Höxter/Paderborn (Radio Hochstift)	102	94	87	85	83	87	77	79	91	100
Köln (Radio Köln 107,1)	143	141	148	147	137	139	116	112	119	100
Krefeld/Viersen (Welle N Niederrhein)	131	131	131	127	134	132	134	123	126	100
Kreis Lippe (Radio Lippe)	167	153	102	109	88	126	105	67	67	100
Märkischer Kreis (Radio MK)	104	104	102	104	104	111	102	104	104	100
Mettmann (Radio Neandertal 97,6)	205	200	181	114	129	105	62	81	86	100
Kreis Minden-Lübbecke (Radio Westfalica)	98	92	73	71	84	94	84	90	98	100
Mönchengladbach (Radio 90,1 Mönchengladbach)	124	120	120	118	118	120	116	100	108	100
Stadt Münster (Antenne Münster)	99	100	98	94	94	94	92	95	99	100
Neuss (NE-WS 89,4)	69	71	40	57	31	57	54	63	83	100
Oberberg./Rheinisch-Berg. Kreis (Radio Berg)	151	149	155	151	149	147	98	89	100	-
Remscheid/Solingen (Radio RSG)	159	156	128	131	128	138	131	123	115	100
Kreis Siegen-Wittgenstein (Radio Siegen)	247	253	242	179	142	163	137	174	79	100
Kreis Soest (Hellwegradio)	120	118	122	116	122	122	120	98	98	100
Kreis Steinfurt (Radio RST)	222	211	189	167	89	33	100	100	144	100
Kreis Unna (Antenne Unna)	131	125	116	124	125	125	116	140	122	100
Kreis Warendorf (Radio WAF)	354	331	308	323	377	446	415	69	77	100
Durchschnitt	176	163	153	147	140	127	122	101	98	100

Daten: Bürgerfunk-Statistik der LfM, jeweils 3. Quartal eines Jahres

Erläuterung: Das Programmvolumen des Jahres 1995 (Ausnahmen: Radio Berg [1996] und Radio Euskirchen [1997]) besitzt den Index-Wert 100.

4.3.3 Wort-Musik-Verhältnis

Das Wort-Musik-Verhältnis ist einer der wichtigsten Faktoren für die Anmutung eines Hörfunkprogrammes. In den letzten Jahren setzten insbesondere die privaten Hörfunkanbieter und die sich ihnen teilweise angleichenden öffent-

lich-rechtlichen Servicewellen zunehmend auf Musik als entscheidendem Programmmerkmal. Wort – vor allem informatives Wort – wird in der Philosophie der Programmacher vielfach als Abschaltimpuls interpretiert und entsprechend vermieden. Die verbleibenden – unabdingbar erscheinenden – Informationsanteile werden häufig musikunterlegt. Hierdurch sollen die beim Hörer unterstellten Irritationen gegenüber den Informationsanteilen vermieden werden. Der Hörer soll auch bei der Information den „Sound“ seines Senders nicht vermissen.³² Innerhalb des Musikprogramms wird nur noch ein eng begrenztes Repertoire von Mainstream-Titeln mit hoher täglicher Rotation gespielt. Experimentierfreude bei der Musikauswahl wird den Redakteuren – ebenfalls aus Furcht vor Abschaltimpulsen – nicht mehr zugebilligt.³³ Für den Bürgerfunk stellt sich vor diesem Hintergrund die grundsätzliche Frage nach seiner Programmkonzeption:

- Will er diesem Trend folgen und den Bürgerfunk affirmativ zum „Dudelfunk“³⁴ konzipieren oder
- versteht er sich als „Alternative“, die sich in hohem und ggf. thematisch andersartigem Informationsangebot und unkonventioneller Musikfarbe Gehör verschafft.

Bezogen auf den Bürgerfunk in NRW lässt die Programmpraxis für den Bürgerfunk insgesamt *keine eindeutige Position* erkennen. Zu unterschiedlich sind die jeweils standortspezifischen Gegebenheiten. Der insgesamt relativ hohe Musikanteil von nahezu 70 Prozent wird an einigen Standorten deutlich überschritten. In unserer Stichprobe fallen hier die nach oben abweichenden Mittelwerte (siehe nachfolgende Graphik) in den Verbreitungsgebieten *Hagen, Euskirchen, Hamm, Kreis Soest* und *Kreis Lippe* ins Auge. An diesen Standorten wird dem Musikprogramm ein Stellenwert eingeräumt, der für Informationsanteile nur noch sehr begrenzt Raum lässt. Andererseits gibt es aber auch Verbreitungsgebiete, die deutlich geringere Musikanteile aufweisen. An erster Stelle ist hier *Duisburg* zu nennen, das den Mittelwert des Musikanteils um fast 16 Prozent unterschreitet, gefolgt von *Remscheid/Solingen* und *Mettmann*.

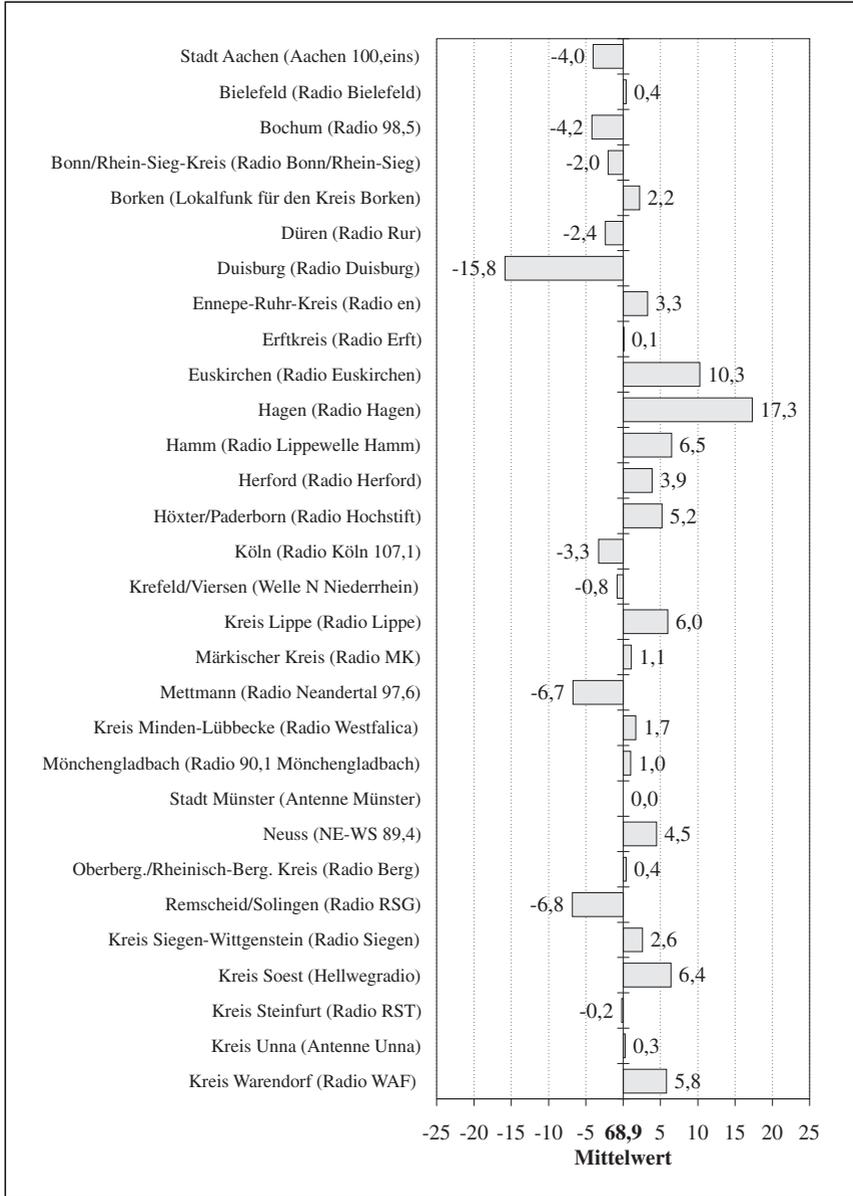
Auch für die Musikfarbe des Bürgerfunks lässt sich keine verallgemeinerungsfähige Aussage treffen. Hier lassen sich, je nach Interessen der Bürgerfunker, alle Musikstile finden. Es gibt allerdings – aus Gründen der Vermeidung von Formatbrüchen – eine Tendenz, in der ersten Stunde der Bürgerfunksendezeit – orientiert am jeweiligen Lokalsender – eher dem Main-

32 Entsprechende Befunde zeigen alle Hörfunktstudien der letzten Jahre. Vgl. exemplarisch Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef: Hörfunklandschaft Niedersachsen 2001. a. a. O., S. 45–48.

33 Vgl. Schulz, Thomas: Nur noch nebenbei. Spiegel Nr. 47, 2004, S. 222–224.

34 Der Begriff „Dudelfunk“ hat sich inzwischen als pejorative Bezeichnung für Programme mit hoher Rotation identischer Titel und starker Fragmentierung durch Jingles durchgesetzt. Vgl. Ulrich Stock: „Rettet das Radio! Da hilft nur noch weghören. Eine Kampfansage an den Dudelfunk.“ DIE ZEIT, Nr. 9, 2005, S. 1.

Abbildung 4-8: Standortbezogene Profile: Musikanteil – Abweichungen vom Mittelwert



Basis: Deutschsprachiges Gesamtprogramm des Bürgerfunks

Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.

Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

stream zu folgen und experimentelle Musikstile in der zweiten Sendestunde zu spielen.

Das Spektrum der gespielten Musikstile im Bürgerfunkprogramm ist insgesamt sehr breit gestreut. In den sog. Musikspecials werden Musikrichtungen zu Gehör gebracht wie Country, Folk, Rock/Pop, Funk/Soul, Independent/Alternative, Weltmusik (Ethnopol), Clubmusik, Chartmusik, aber auch Deutscher Schlager, Klassik und Jazz. Vielerorts wird der lokalen bzw. regionalen Musikszene ein Forum gegeben. Hier zeigt sich eine gewisse Spezifik des Bürgerfunks, denn ein solches Forum existiert im Lokalfunk nur in seltenen Fällen. Daneben gibt es aber auch zahlreiche Bürgerfunker bzw. Radiowerkstätten, die sich – insbesondere in der ersten Bürgerfunkstunde und in Wortmagazinen – an der Musikfarbe des jeweiligen Lokalradios orientieren, die sich in erster Linie dem Mainstream verpflichtet fühlt. Diese Orientierung wird zum einen damit begründet, dass Formatbrüche zwischen Lokalradio- und Bürgerfunkprogramm vermieden werden sollen (teilweise durch explizite Vereinbarungen zwischen den Akteuren vor Ort), andererseits ist es persönlicher Geschmack oder unterstellter Publikumsgeschmack, der bedient werden soll. Das hier charakterisierte Musikspektrum des Bürgerfunks wird auch durch eine Auswertung der in den Abrechnungsbögen der LfM angegebenen Musiktitel für das 2. Quartal 2003 validiert.

4.3.4 Informationsanteile und Themenselektion

Die entscheidende medientheoretische Begründung und gesellschaftliche Bedeutung des Bürgerfunks, nämlich auch im Hörfunk die unmittelbare Meinungsäußerungsfreiheit von Bürgern zu ermöglichen³⁵, hat ihren „Ort“ im Informationsangebot des Bürgerfunkprogramms. Im Mittelwert aller untersuchten Programme beträgt das informierende Wortangebot rund 23 Prozent. Bezogen auf die „Nettosendezeit“ eines zweistündigen Bürgerfunkangebots sind dies rund 24 Minuten täglich. Dieser Mittelwert wird standorttypisch sowohl erheblich über- als auch unterschritten. Deutlich über dem Durchschnitt liegen die Verbreitungsgebiete *Duisburg*, *Stadt Aachen*, *Remscheid/Solingen*, *Mettmann* und *Düren*. In diesen Verbreitungsgebieten ist vice versa der Musikanteil unterdurchschnittlich.

- Mit anderen Worten: Eine Verringerung des Musikanteils kommt offenbar dem informativen Wort zu Gute.

Dieser Befund ist keinesfalls banal oder zwangsläufig, denkbar wäre ja auch eine Erhöhung der Wortunterhaltung oder der nicht-informativen Moderation.

35 Nur beim informativen Wort werden publizistische Inhalte transportiert. Musik und Wortunterhaltungsformen sind keine „Meinungsäußerungen“ im Sinne von Art. 5 GG.

Es gibt viele Indikatoren dafür, dass die grundsätzliche Unterscheidung im Profil des Bürgerfunks in den jeweiligen Verbreitungsgebieten über die Dichotomie *musikbetont* oder *informationsbetont* hergestellt wird. An Standorten, wo die Bürgerfunkgruppen von Musikenthusiasten und Hedonisten (s. u.) dominiert werden, kommt das informative Wort im Programmangebot zu kurz.

Nachfolgend werden jeweils die standortspezifischen Bedingungen, die einen hohen Informationsanteil offenbar bewirken bzw. begünstigen, knapp dargestellt:

- Der hohe Informationsanteil im Verbreitungsgebiet *Duisburg* ist in erster Linie auf das breite Gruppenspektrum der Radiowerkstatt Medienforum Duisburg zurückzuführen. Über 37 Prozent des analysierten Sendevolumens im Verbreitungsgebiet Duisburg stammt aus dieser Radiowerkstatt. Laut Vereinbarung zwischen den drei örtlichen Radiowerkstätten steuert das Medienforum offiziell 55 Prozent zum Bürgerfunkprogramm bei. Als Beispiele für dort aktive Bürgerfunkgruppen sind zu nennen: „Anonyme Alkoholiker“, „MfG – Mit freundlichen Grüßen – unbehindert Radio machen“ (Selbsthilfegruppe), „Nord-Süd-Blick“ (Dritte-Welt-Gruppen), „Pink Channel“ (Schwule³⁶), „Radio Zebra“ (Fan-Magazin).
- Der informationshaltige Schwerpunkt für das Verbreitungsgebiet der *Stadt Aachen*³⁷ erklärt sich dadurch, dass alle drei Radiowerkstätten dort entsprechende Sendeplätze aufweisen, wobei über 55 Prozent des Sendevolumens aus der Radiowerkstatt Förderverein Aachener Radio (FARa) stammen. Programmstrukturell verankerte Sendungen wie „VHS-Magazin“, „Campus-Magazin“, „Freistunde“ (Schülerradio), „Wissenschaftsmagazin“, „Talk am Donnerstag“ (mit wechselnden Themen), „Kaleidoskop“ (Filmmagazin) sowie „Tierheim Aachen“ sind im Wesentlichen „der Ort“ für das Informationsangebot.
- Von den 5 Radiowerkstätten in *Remscheid/Solingen* tragen vor allem vier zu einem gesellschaftlich engagierten Programm im Verbreitungsgebiet bei. Drei davon haben eine Trägerorganisation (Katholisches Bildungswerk, VHS, Gewerkschaft (RW GfL)). Eine Radiowerkstatt (Kraftstation) wird stark von Jugendlichen präferiert (Träger: Jugendzentrum). Im Ergebnis führt das zu Sendungen wie: „Kreuzblende“ (u. a. zu Migration und Integration sowie „Stimme der Senioren“, „Würmlinge auf Sendung“), „Bücher, Leser, Klappentexte“ und „Medientipp“ (Buchtipps und -rezensionen, Lesungen), „Radio Kraftstation“ (Feature zur Jugend 2003), „Die grüne

36 Diese Gruppe hat sich zwischenzeitlich – nach über 10-jährigem Bestehen – aufgelöst.

37 Im Verbreitungsgebiet Aachen gibt es die Sondersituation (neben der Möglichkeit live zu senden), dass sich die Radiowerkstätten auf zwei Lokalsender (Stadt und Kreis) verteilen. So kooperieren beispielsweise der Förderverein Aachener Radio (FARa; Stadt) und das Bürgerradio Kreis Aachen (Kreis) und sind beim Stadt-sender angesiedelt.

Welle“ (Kreisjägerschaft, Umweltmagazin), „Urlaubsreif“ (Reisemagazin), „Film ab“ (Kinomagazin) sowie die Vorstellung der aktuellen Ausgabe eines Straßenmagazins.

- Im Verbreitungsgebiet *Mettmann* sind zwei Radiowerkstätten in Trägerschaft der VHS und eine in derjenigen des Katholischen Bildungswerkes. Hier werden überdurchschnittlich viele Ressortmagazine produziert. Sendungen wie „Bürgerhauswelle“, „Radio Niederberg International“, „BUND Nessel“ (Umweltmagazin), „Das Premierenforum“, „Studio Kirchgasse“, „Modern Times“ sind die Plattform für das Informationsprogramm.

Als erster Befund drängt sich hier bereits ein gewisser Zusammenhang zwischen der Trägerschaft der jeweiligen Radiowerkstatt und der Fokussierung auf Informationsanteile auf:

- ▶ Institutionelle Trägerschaften der Radiowerkstätten scheinen die Produktion von Informationsprogrammen zu fördern.

Auffallend ist zudem, dass insbesondere in Verbreitungsgebieten mit lediglich einer oder zwei Radiowerkstätten (*Euskirchen, Hagen, Hamm, Kreis Soest; Kreis Warendorf, Mönchengladbach*) der Informationsanteil vergleichsweise unterdurchschnittlich ist. Hier liegt die Vermutung nahe, dass – um das Sendekontingent auszufüllen – der mangelnde redaktionelle Output mit Musiksendungen bestückt wird.

Der insgesamt niedrige Informationsanteil am Standort *Euskirchen* könnte u. U. auf eine „Kannibalisierung“ zurückzuführen sein. Die einzige Radiowerkstatt in Euskirchen ist neben ihrer klassischen Bürgerfunkproduktion noch anderweitig eingebunden. Parallel zu den Bürgerfunk-Aktivitäten der Radiowerkstatt Bürgerfunk für Euskirchen haben die Mitarbeiter ein weiteres Projekt ins Leben gerufen. Aus Anlass des 700-jährigen Bestehens der Stadt Euskirchen gründeten sie das Radio 700 (Untertitel: Ihr Radio für das deutschsprachige Europa), zunächst als befristetes Projekt, doch nun bereits seit geraumer Zeit fest etabliert. Als Formatradio sendet es ein 24-Stunden-Programm. Zur vollen und halben Stunde werden Nachrichten vom Deutschlandfunk eingespielt, es gibt eine Morningshow, das Musikformat besteht aus Deutschen Schlagern und Oldies, die Hauptsendezeit mit redaktionellem Programm liegt zwischen 20 und 24 Uhr, wo 3–4 Stunden live gesendet oder Vorproduziertes ausgestrahlt wird, Beiträge werden ohne Rahmenmoderation eingespielt. Redaktionelle Beiträge werden geliefert z. B. von ehemaligen Mitarbeitern, die jetzt in Regensburg oder der Schweiz ansässig sind. Hin und wieder kommt es auch zum Austausch von Beiträgen zwischen dem Bürgerfunk und dem Radio 700. Es findet keine Werbung statt, aber man wird „mit freundlicher Unterstützung“ von Sponsoren protegiert. Ziel der Mitarbeiter ist es, die Professionalisierung der Mitarbeiter zu befördern: man hat den Anspruch, dass die

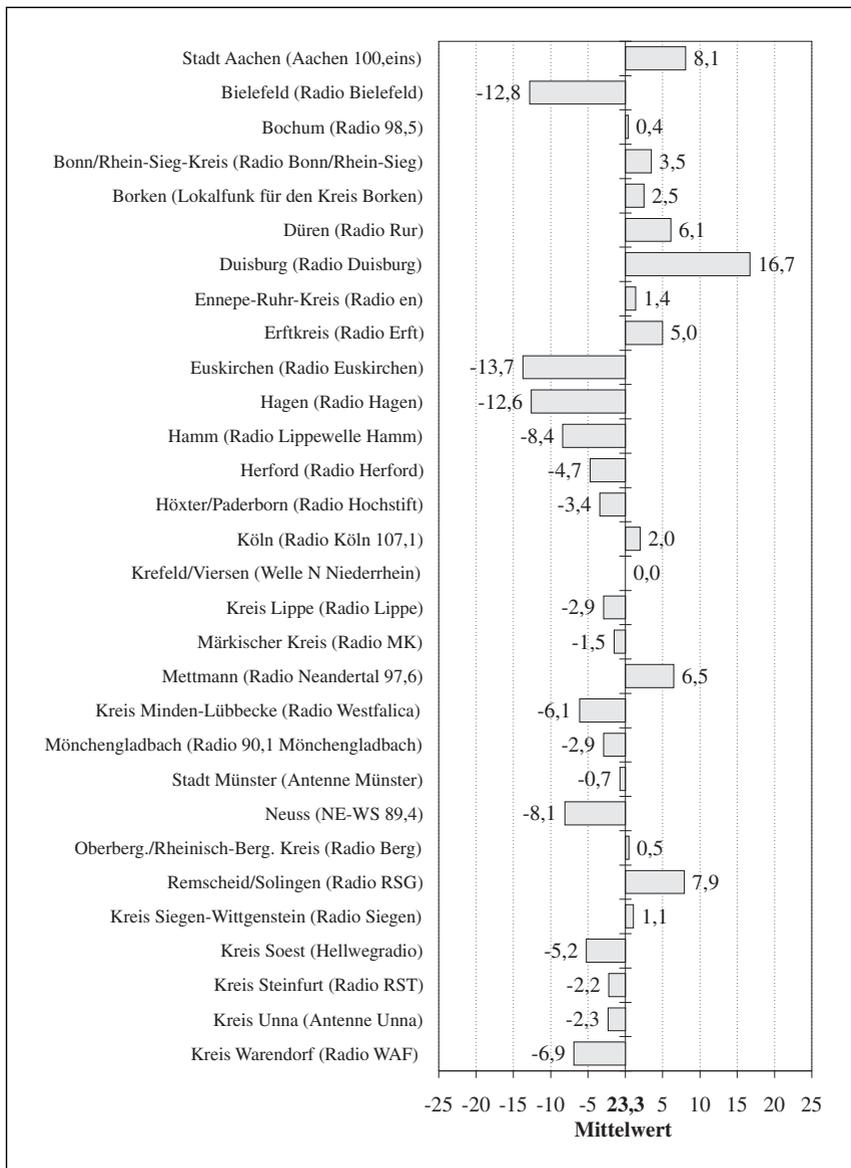
Mitarbeiter eine möglichst umfassende Qualifikation erhalten im Hinblick auf eine ernst zu nehmende berufliche Karriere, d.h. Radiomachen unter Realbedingungen und nicht als Spielwiese innerhalb einer Produktionsgruppe. Seit es dieses zweite Projekt der Radiowerkstatt in Euskirchen gibt, ist das Verhältnis zum Lokalradio zerrüttet (Konkurrenzverhalten etc.).

Der niedrige Informationsanteil im Verbreitungsgebiet *Bielefeld* ist ein Reflex auf die dort feststellbare starke Ausrichtung auf *Musikmagazine*. Sendungen wie z.B. „Sweet Beat Radio Show“ (BI Bürgerwache), „Housebeats on Air“ und „Schlagerparade“ bestimmen den Höreindruck. Drei der fünf Radiowerkstätten vor Ort haben eine Ausrichtung auf eher jugendliche Produzenten und damit auch Hörerschaft (Tiere im Kulturdschungel, BI Bürgerwache, Bielefelder Jugendring). Interessanterweise ist in Bielefeld der *Musikanteil* am Gesamtprogramm nahezu durchschnittlich. In den Musikmagazinen ist ein hoher Anteil an Unterhaltungsmoderation enthalten, der zu Lasten des informativen Wortes geht. Der hohe Anteil an Unterhaltungsmoderation geht weitgehend auf Musikmagazine zurück wie z.B. „Housebeats on Air“, „Sweet Beat Radio Show“, „Club Talk“ und „Schlagerparade“. Ausgeprägte Regie- und Unterhaltungsmoderation ist darüber hinaus auch in anderen Sendungen zu finden wie „Schwarzer Kanal“ („Bakelit Radio“ und „Wahnsinns Kaas Show“), „Siegfriedplatz“ und „EDM“.

- ▶ Ein hoher oder niedriger Informationsanteil ist allerdings noch kein Indikator für eine bestimmte Themenselektion. Die thematischen Präferenzen der Bürgerfunkgruppen sind sehr stark von der individuellen Interessenlage bzw. der Ausrichtung der Bürgerfunkgruppen vor Ort geprägt. Im Extremfall können einzelne Bürgerfunkgruppen mit ihrem spezifischen Themenschwerpunkt das Bürgerfunkprogramm eines Verbreitungsgebietes stark prägen.

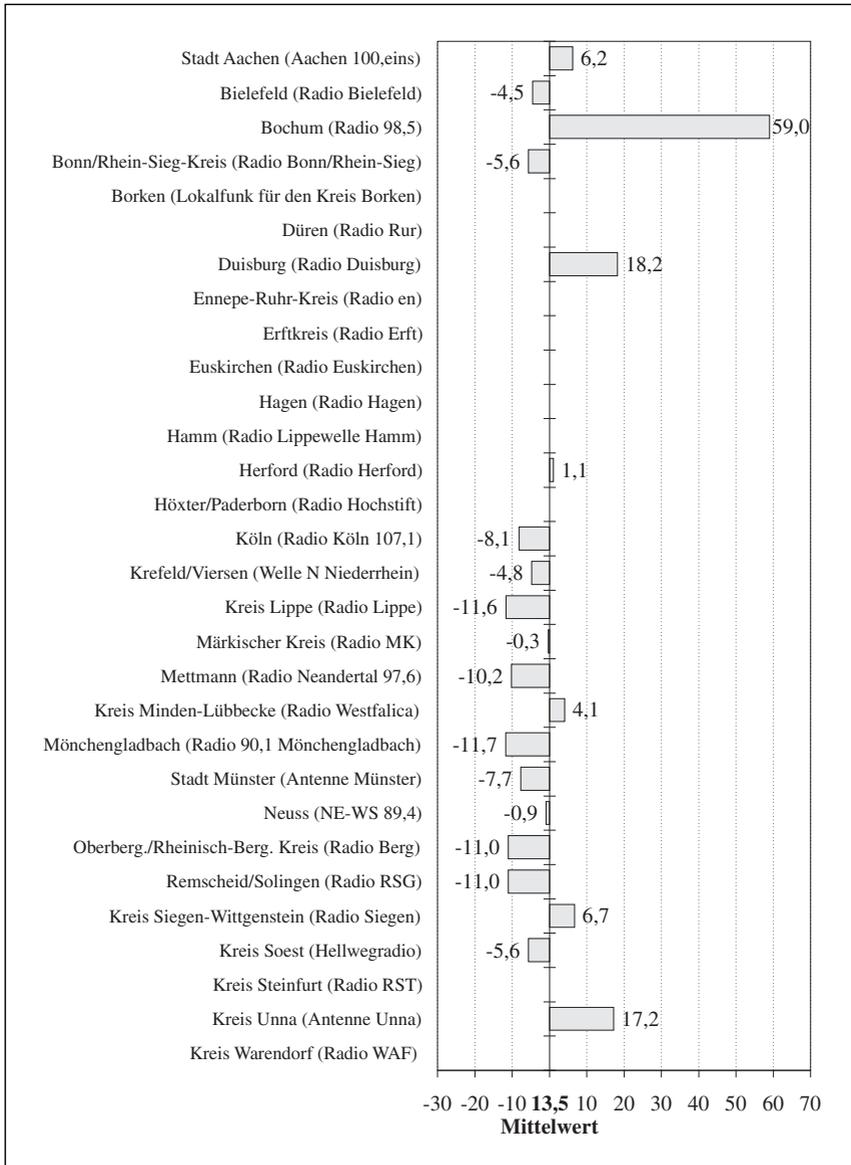
So zeigt sich z.B. in *Bochum* im Themenfeld Politik eine Abweichung vom Mittelwert mit fast 60 Prozent, bei gleichzeitig sehr geringem Sendegebietsbezug (Unterschreitung um 21 Prozent vom Mittelwert). Dies bedeutet, dass (über die Radiowerkstätten URBO, Ruhr Radio XXL und Audio-Worx) dem Themenfeld nationale und internationale Politik an diesem Standort große Programmflächen des Informationsanteils gewidmet werden (z.B. „APO – Alternative Politik“, „Medienmix“). Extreme Unterschiede in der Themenselektion zeigen sich auch im Bereich „Human Touch“. Hier findet sich eine große Berücksichtigung entsprechend „bunter“ Themen an den Standorten *Herford*, *Neuss*, *Hagen* und *Märkischer Kreis*. In all diesen Verbreitungsgebieten ist zugleich der Informationsanteil unterdurchschnittlich. Hinter dieser Kategorie stehen allerdings (anders als im Boulevardjournalismus) nicht Sex and Crime, sondern weitgehend die Schilderung persönlicher Lebensschicksale in narrativer Form.

Abbildung 4-9: Standortbezogene Profile: Informationsanteil – Abweichungen vom Mittelwert



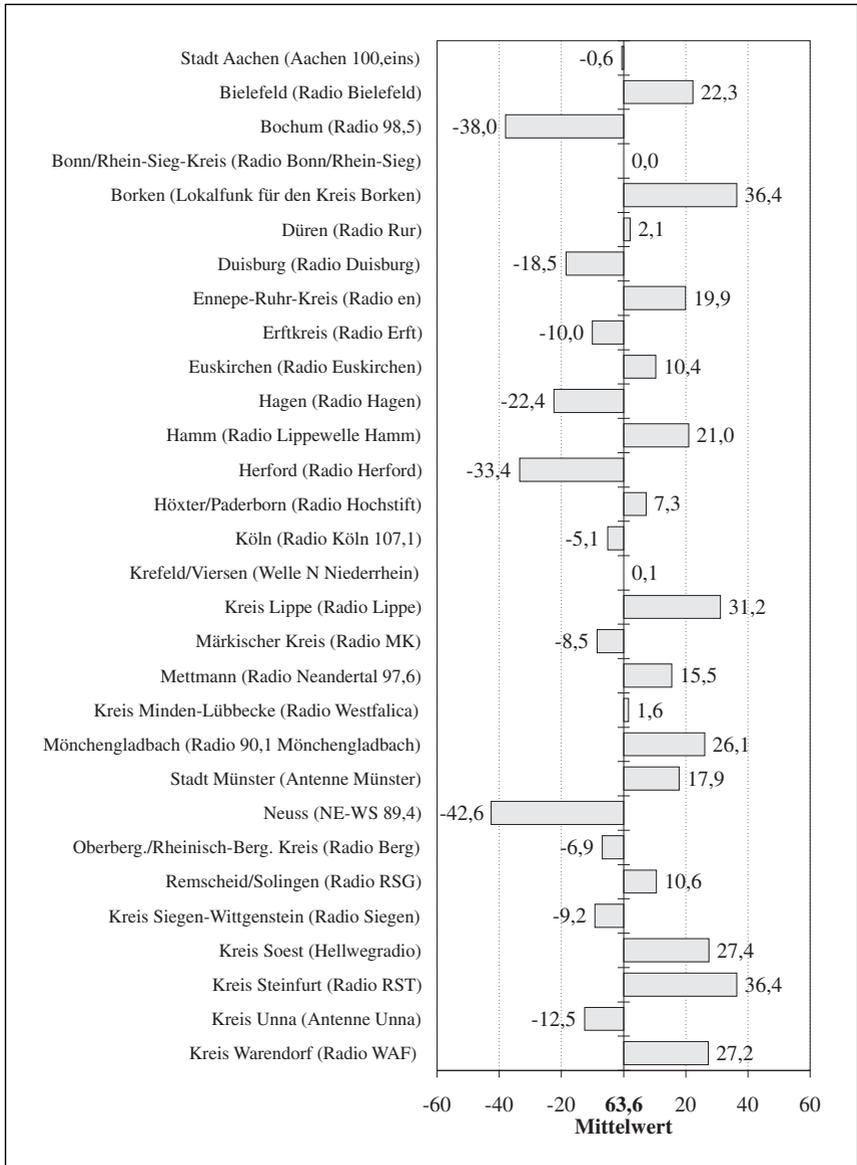
Basis: Deutschsprachiges Gesamtprogramm des Bürgerfunks
 Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.
 Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-10: Standortbezogene Profile: Themenfeld Politik – Abweichungen vom Mittelwert



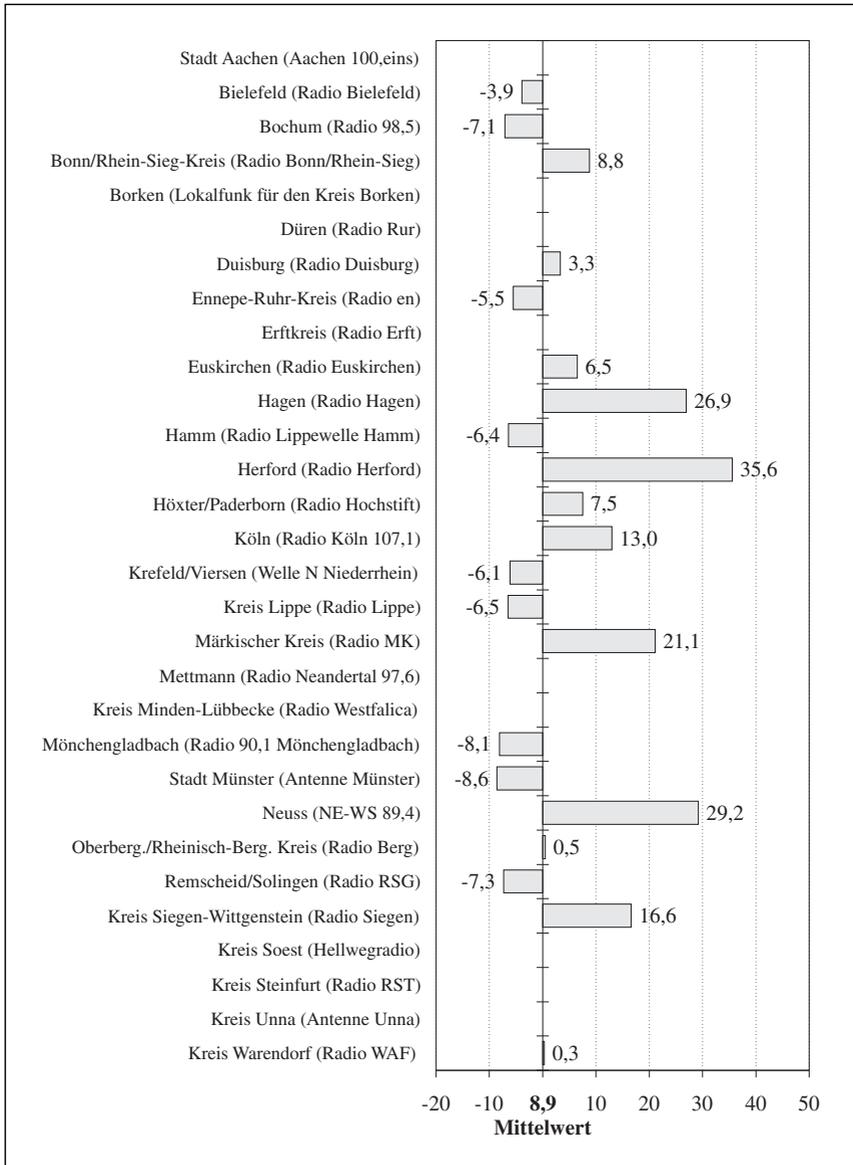
Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks ohne Service und Wetter
 Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.
 Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-11: Standortbezogene Profile: Themenfeld Gesellschaft – Abweichungen vom Mittelwert



Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks ohne Service und Wetter
 Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.
 Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-12: Standortbezogene Profile: Themenfeld Human-Touch – Abweichungen vom Mittelwert



Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks ohne Service und Wetter
 Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.
 Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

4.3.5 *Sendungsformate und Vermittlungsformen*

Die Anteile der Sendungsformate in den Programmangeboten zeigen im Vergleich der Verbreitungsgebiete untereinander große Unterschiede.³⁸ Hinter dieser Verwendung unterschiedlicher Magazinformate stehen grundsätzlich divergierende Programmrealisationen des Bürgerfunks. Vor allem, wenn hohe Anteile an Musikmagazinen mit hohen Anteilen an Mischmagazinen kombiniert werden, ergibt sich ein Höreindruck des Bürgerfunks, der ein völlig anderer ist als z. B. bei der Kombination hoher Anteile von Ressortmagazinen und monothematischen Sendungen:

- Im Verbreitungsgebiet *Euskirchen* bekommt der Hörer des Bürgerfunks insgesamt über 76 Prozent der Sendezeit Musik- oder Mischmagazine zu Gehör, in *Neuss* sogar zu über 85 Prozent. In beiden Verbreitungsgebieten ist zudem der Anteil des Informationsprogramms unterdurchschnittlich und die Informationsgebung wird überdurchschnittlich hoch durch Moderation als Vermittlungsform erbracht.
- Eine völlig gegensätzliche Anmutung hat der Bürgerfunk in den Verbreitungsgebieten *Mettmann* und *Erftkreis*, wo jeweils die monothematischen Sendungen und die Ressortmagazine überdurchschnittlich häufig vorkommen. Dies korreliert an beiden Standorten mit einem großen Informationsanteil.

Spitzenreiter bei den *Musikmagazinen* ist das Verbreitungsgebiet *Hagen* mit insgesamt 81 Prozent der Sendezeit. Hiermit liegt Hagen um 50 Prozent über dem NRW-Mittelwert. Die einzige Radiowerkstatt in Hagen (in Trägerschaft des DGB) hat mit knapp acht Stunden im 14-tägigen Stichprobenzeitraum insgesamt ein geringes Produktionsvolumen. In diesem Zeitraum wurden 10 Sendungen ausgestrahlt, von denen acht Musikmagazine sind. Die Informationsanteile des Bürgerfunks werden hier hauptsächlich über Moderationen zum Thema Musik erbracht.

An zweiter Stelle mit 21 Prozent über dem Durchschnitt bei den Musikmagazinen folgt – wie bereits oben beschrieben – *Bielefeld*. Ebenfalls hohe Anteile von Musikmagazinen (knapp 20 Prozent über dem Durchschnitt) weisen die Verbreitungsgebiete *Bochum*, *Münster* und *Warendorf* auf.

Der hohe Anteil an Musikmagazinen im Verbreitungsgebiet *Bochum* erklärt sich darüber, dass zwei der fünf Radiowerkstätten eine eher jugendlich geprägte Klientel mit hohen Musikpräferenzen aufweisen (Ruhr Radio XXL, Audio-Worx). Bochum hat allerdings ebenfalls einen um 15 Prozent überdurchschnittlichen Wert bei den Ressortmagazinen, so dass hier nicht von einem eindimen-

38 Aufgrund der extrem geringen Stichprobensendezeit des Verbreitungsgebietes *Steinfurt* (2,5 Std.) bleibt dieses Bürgerfunkprogramm in der Interpretation unberücksichtigt.

sionalen Profil bei den Sendungsformaten gesprochen werden kann. Allerdings kann in Bochum eine gewisse Dichotomie bei der Programmgestaltung festgestellt werden: *Musik* und (nationale/internationale) *Politik*.

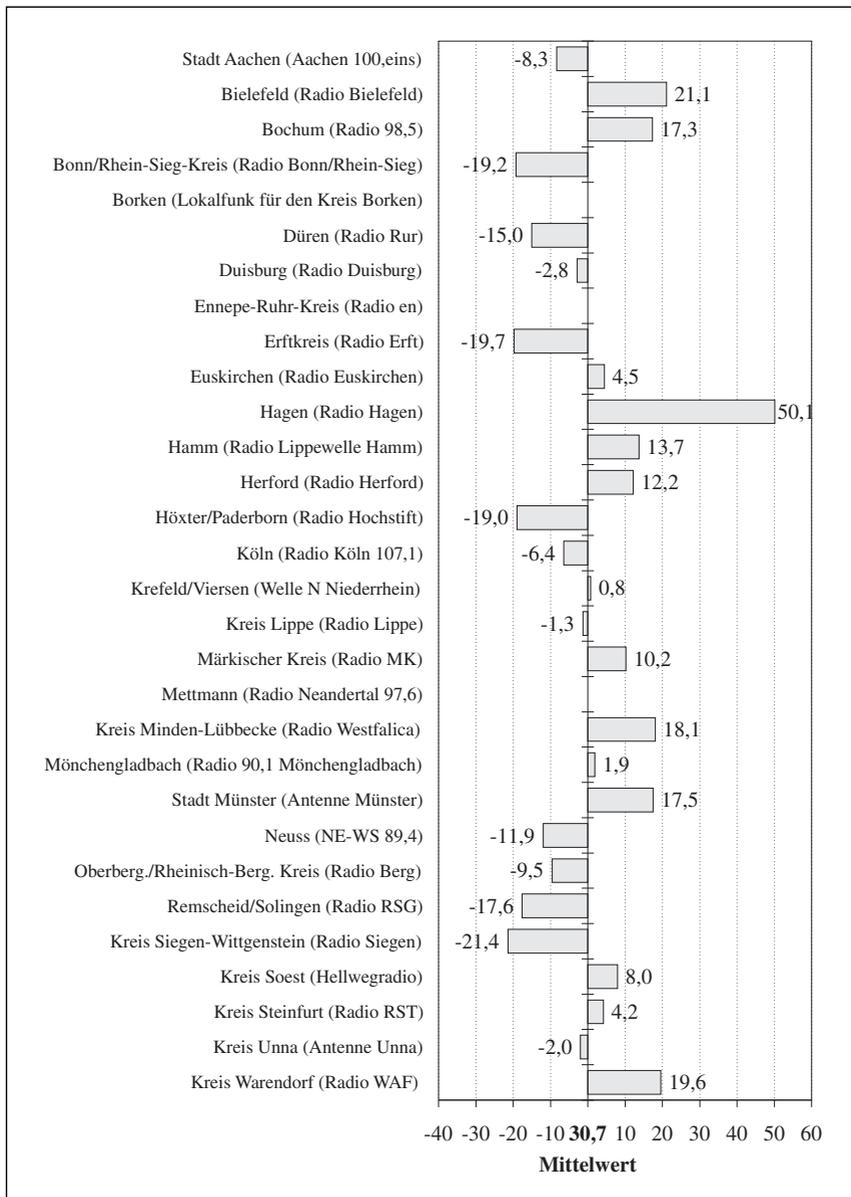
Als Stadt mit hohem Studentenanteil bringt *Münster* per se ein großes Potential an Bürgerfunkern mit sich. In zwei der vier Radiowerkstätten in Münster (Medienforum und VHS, beide beteiligt am Bürgerfunkprojekt „Mekomnet“) werden dementsprechend umfangreiche Aktivitäten von jungen Bürgerfunkgruppen entwickelt, was sich auch in dem musikalischen Spektrum widerspiegelt. Das sind beispielsweise Sendungen wie „Talk Heavy“ (Metal), „Jazz- und Blues-Corner“, „Jazz für alle“, „Mission to rock“, „BiB – Blues im Bürgerfunk“, „Easy Listening – Musik am Feierabend“, „Sidetracks – Sounds neben dem Mainstream“ sowie „Jazz, Pop, Krach“. Allein die Sendungsnamen deuten bereits auf eine variationsreiche Musikfarbe hin.

Im Verbreitungsgebiet *Warendorf* gibt es lediglich zwei Radiowerkstätten, beide in Trägerschaft der VHS. Im Untersuchungszeitraum wurden insgesamt neun Sendungen ausgestrahlt, hiervon fünf Musikmagazine. In Warendorf wird offenbar die Country-Musik besonders gepflegt, allein drei Musikmagazine richten sich auf diesen Musikstil.

In mehrfacher Hinsicht ein herausragendes Bürgerfunkprogramm findet sich im Verbreitungsgebiet *Stadt Aachen*. Dieses Verbreitungsgebiet (mit dem höchsten Programmvolumen in unserer Stichprobe) erbringt, wie schon erwähnt, einen überdurchschnittlich hohen Informationsanteil, der sehr häufig in monothematischen Sendungen (mit 22 Prozent über dem Durchschnitt) dargeboten wird. Hierbei werden auch relativ häufig journalistische Darstellungsformen (10 Prozent überdurchschnittlich) verwandt.

Beachtenswert sind noch die hohen Anteile an narrativen Darstellungsformen. Spitzenreiter ist hier das Verbreitungsgebiet *Herford* mit 47,5 Prozent über dem Durchschnitt. Bei dem insgesamt geringen Informationsanteil im Herforder Programm schlägt hier vor allem eine Folge von Beiträgen zu „Horst Wiese erzählt aus Ecuador“ sowie christliche Schilderungen stark zu Buche. Insgesamt haben in Herford christliche Themen (drei von fünf Radiowerkstätten mit christlichem Hintergrund) einen großen Stellenwert.

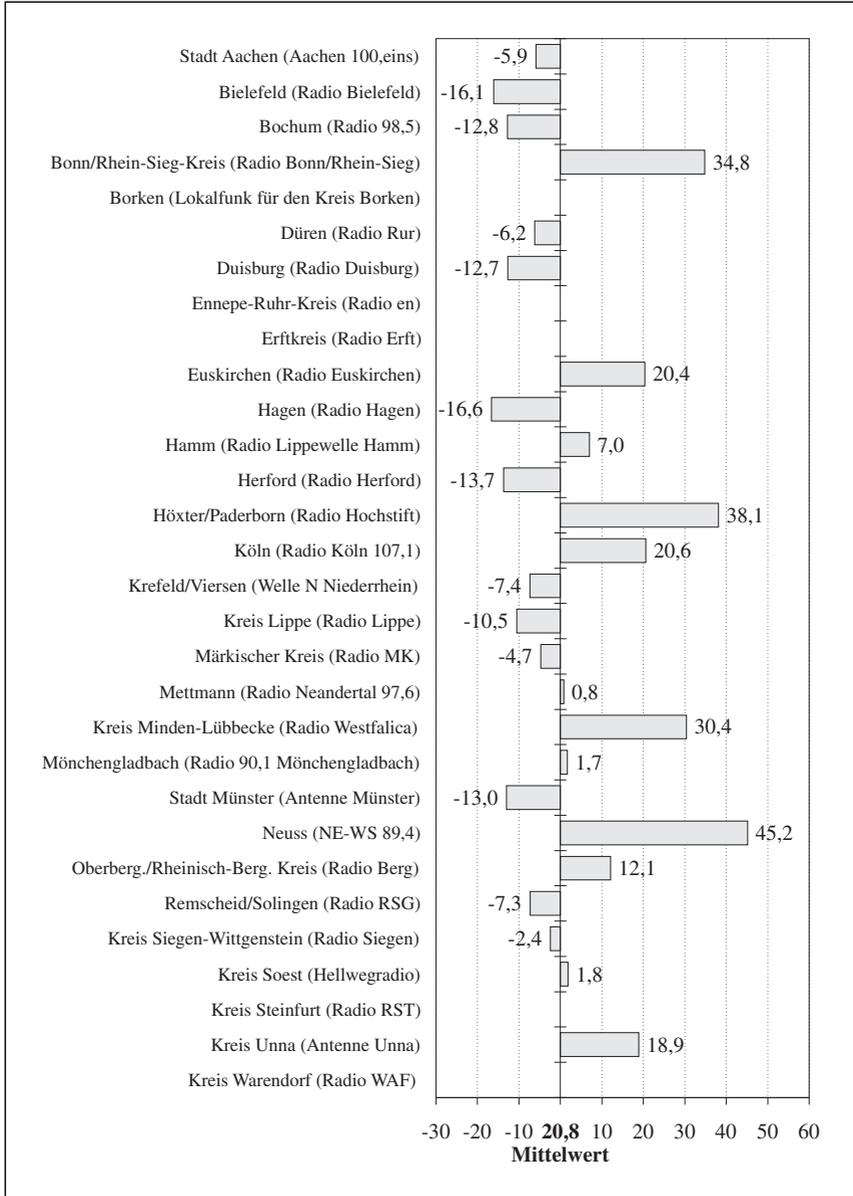
Abbildung 4-13: Standortbezogene Profile: Musikmagazine – Abweichungen vom Mittelwert



Basis: Gesamtprogramm des Bürgerfunks

Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte. Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-14: Standortbezogene Profile: Mischmagazine – Abweichungen vom Mittelwert

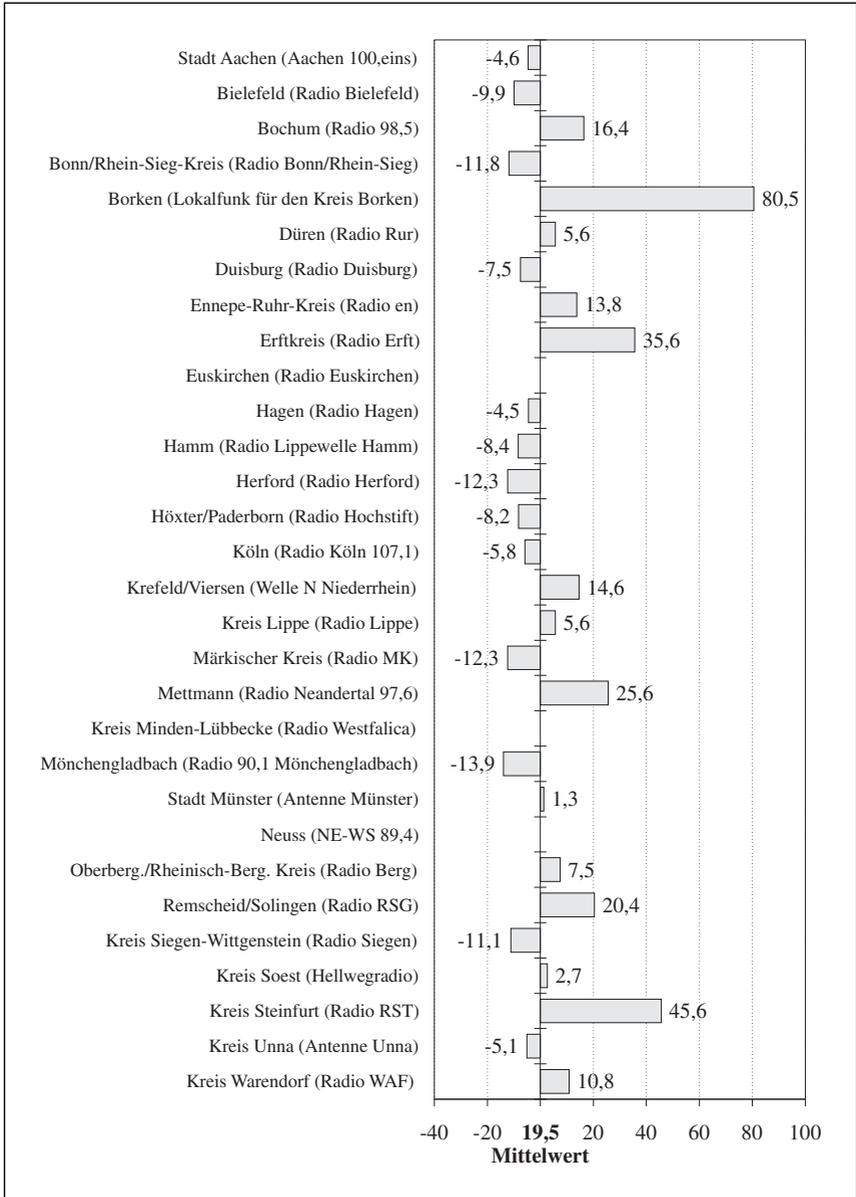


Basis: Gesamtprogramm des Bürgerfunks

Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.

Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-15: Standortbezogene Profile: Ressortmagazine – Abweichungen vom Mittelwert

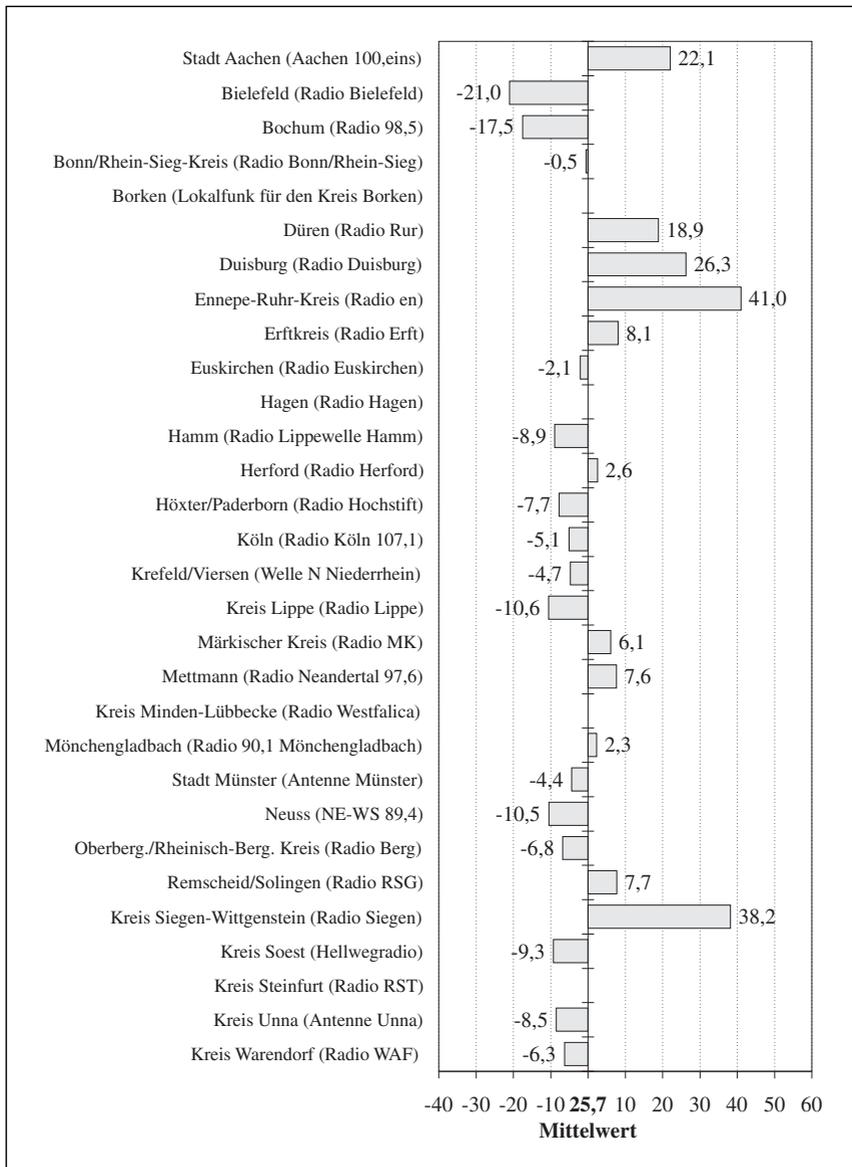


Basis: Gesamtprogramm des Bürgerfunks

Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.

Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-16: Standortbezogene Profile: Monothematische Magazine – Abweichungen vom Mittelwert

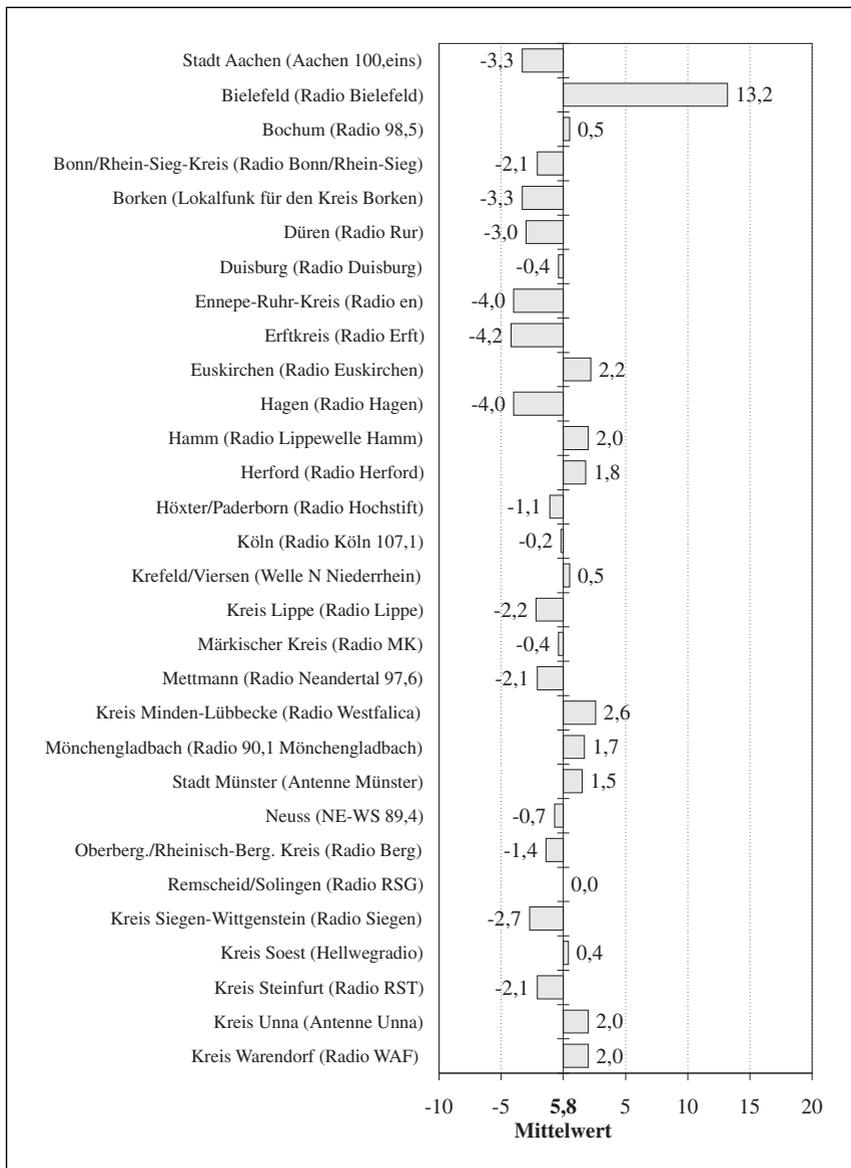


Basis: Gesamtprogramm des Bürgerfunks

Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.

Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-17: Standortbezogene Profile: Regie- und Unterhaltungsmoderation – Abweichungen vom Mittelwert

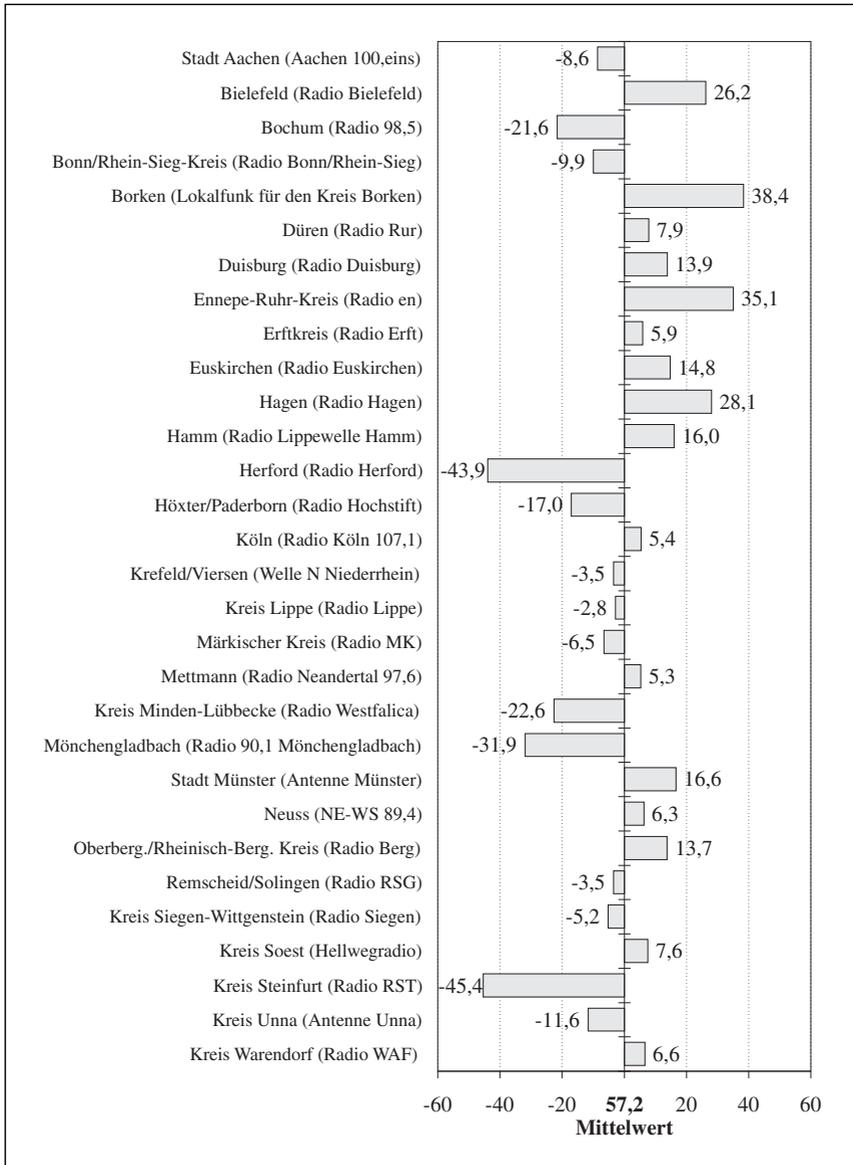


Basis: Deutschsprachige Gesamtprogramm des Bürgerfunks

Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.

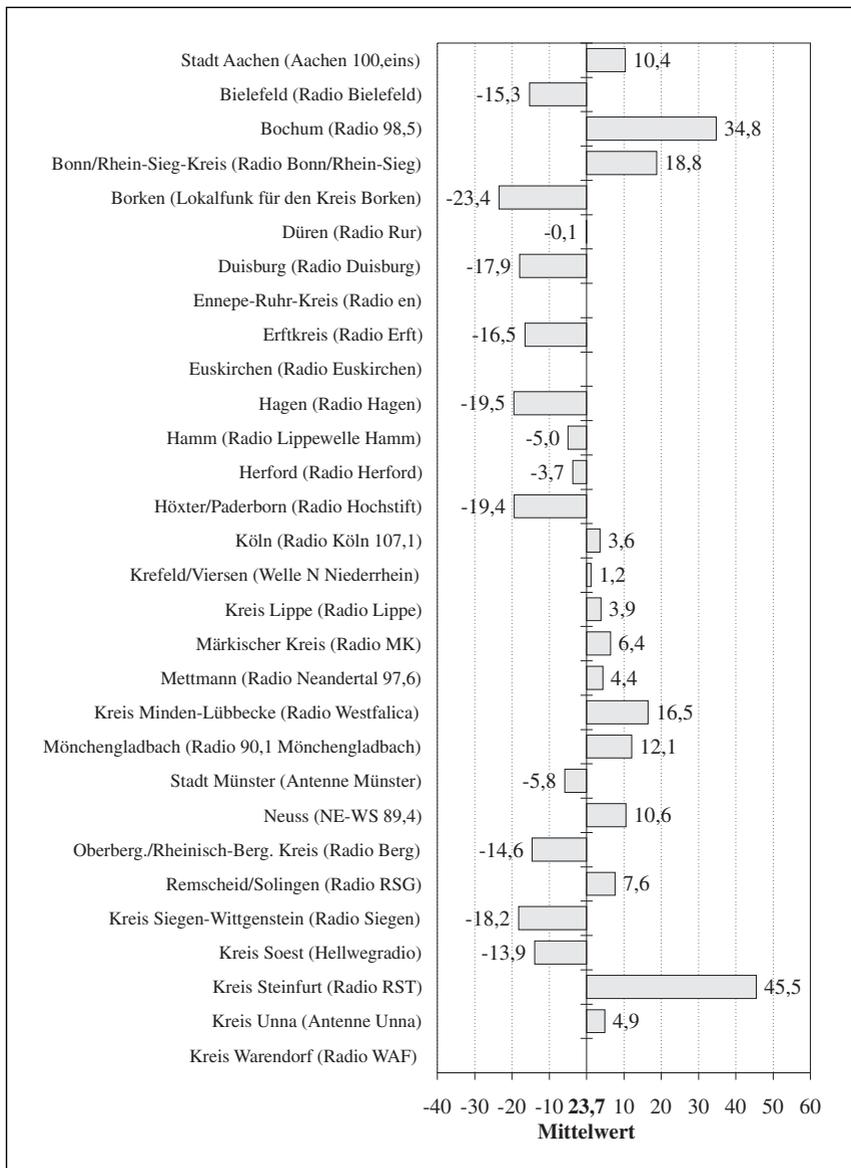
Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-18: Standortbezogene Profile: Informierende Moderation – Abweichungen vom Mittelwert



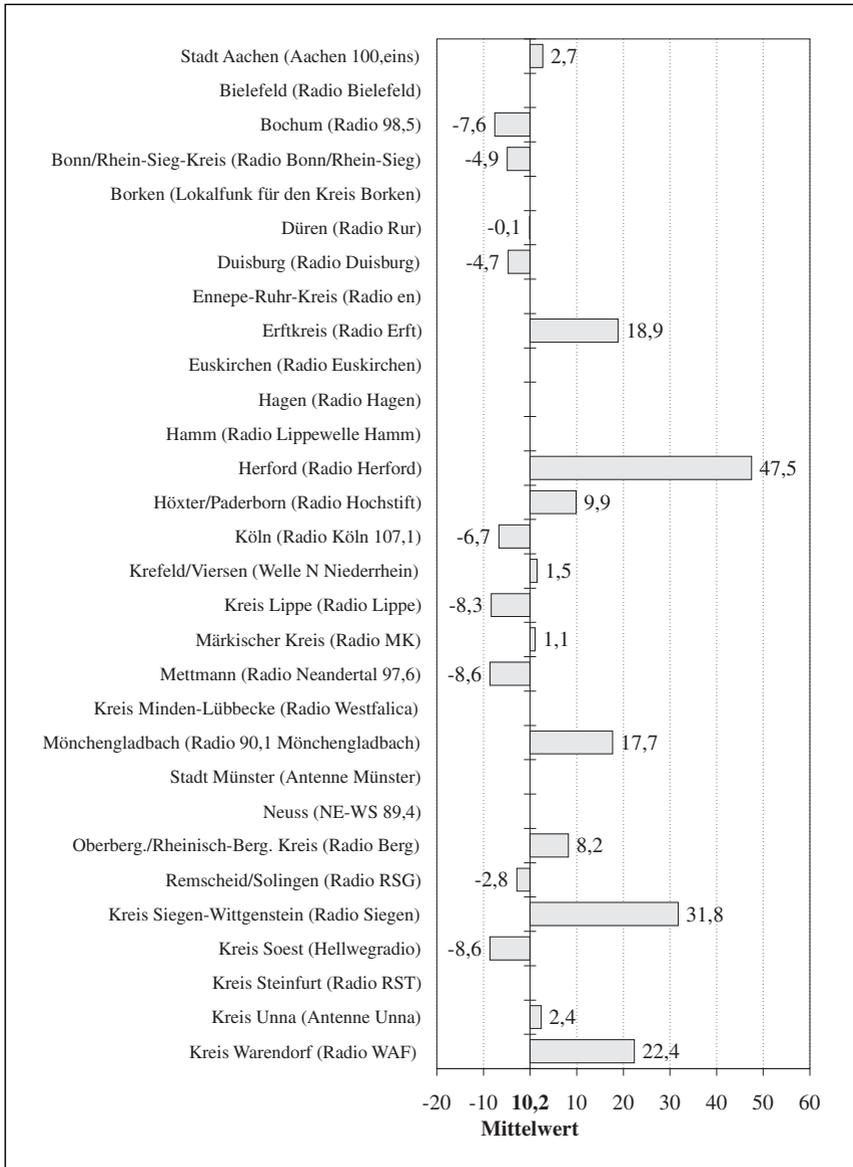
Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks
 Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.
 Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-19: Standortbezogene Profile: Journalistische Darstellungsformen – Abweichungen vom Mittelwert



Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks
 Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.
 Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

Abbildung 4-20: Standortbezogene Profile: Narrative Darstellungsformen – Abweichungen vom Mittelwert



Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks

Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.

Keine Zahlenangabe bedeutet, dass die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

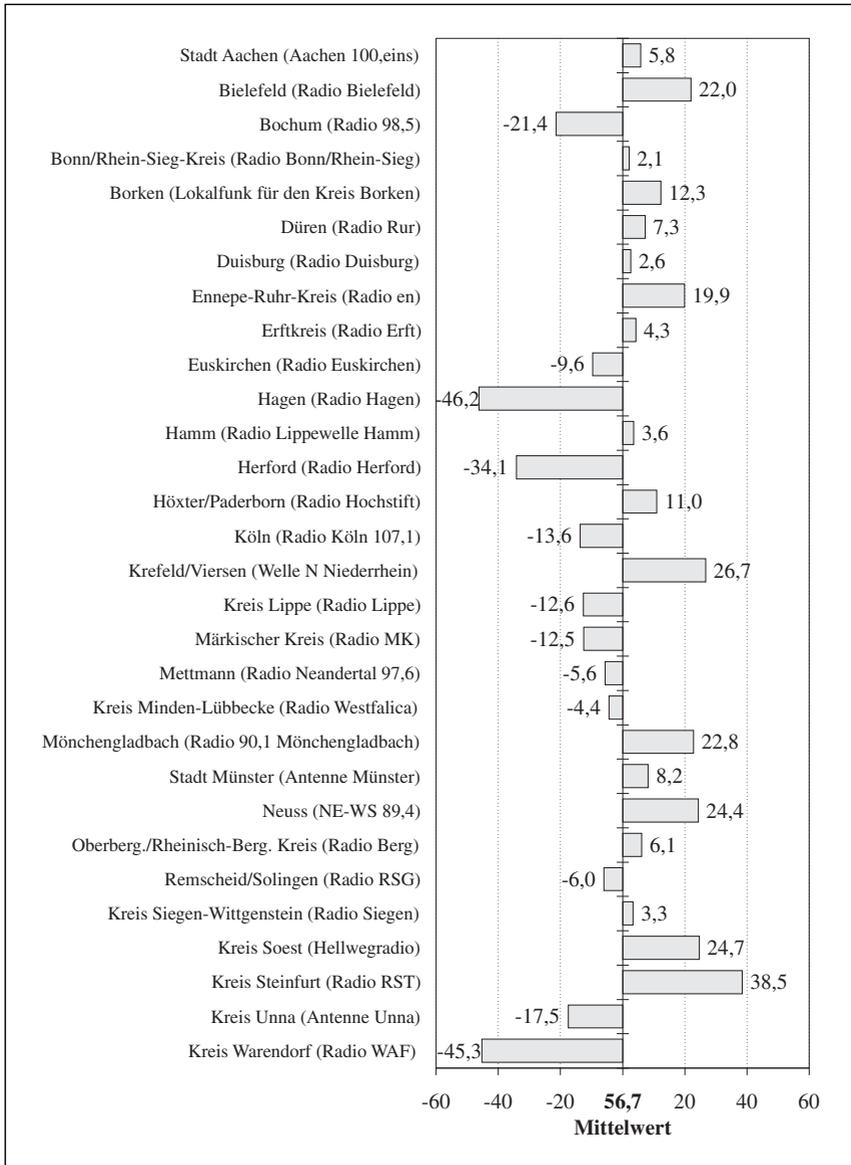
4.3.6 *Sendegebietsbezug*

Nahezu spiegelbildlich zeigen sich bei einigen Verbreitungsgebieten Reflexe auf das bisher geschilderte Profil im Sendegebietsbezug. Der Sendegebietsbezug ist ein Indikator dafür, wie stark oder schwach der Bürgerfunk sich dem lokalen Geschehen in seiner Programmpraxis berichtend zuwendet. Hier hat *Hagen* mit 46 Prozent den höchsten *unterdurchschnittlichen* Wert aller Radiowerkstätten, dicht gefolgt von *Warendorf*. In beiden Fällen dürfte dies darin begründet liegen, dass in den Musikmagazinen auch die Wortanteile keinen Bezug zum Sendegebiet aufweisen, sondern die Moderation sich auf die Musiktitel oder -stile richtet.

In *Herford* ist der hohe Anteil an christlicher Thematik (s. o.) die Ursache für den unterdurchschnittlichen Sendegebietsbezug (mit minus 34 Prozent). Ebenfalls niedrig ist der Sendegebietsbezug in *Bochum* (minus 21 Prozent). Hier sind zwei Gründe ausschlaggebend: der hohe Anteil an Musikmagazinen und die Fokussierung auf allgemeine (nicht lokale) politische Themen im Informationsprogramm.

Demgegenüber stehen etliche Verbreitungsgebiete, in denen der Bürgerfunk sein Informationsprogramm auf Themen und Ereignisse richtet, die im Verbreitungsgebiet des Lokalradios angesiedelt sind. Mehr als 20 Prozent über dem Durchschnitt liegt der Bürgerfunk in den Verbreitungsgebieten: *Krefeld/Viersen*, *Kreis Soest*, *Neuss*, *Mönchengladbach* und *Ennepe-Ruhr-Kreis*. Diese Werte müssen allerdings vorsichtig interpretiert werden, da die Basis des Informationsprogramms höchst unterschiedlich ist. So hat z. B. der Bürgerfunk in Neuss im Tagesdurchschnitt 4 Minuten und im Ennepe-Ruhr-Kreis 6 Minuten Information!

Abbildung 4-21: Standortbezogene Profile: Sendegebietsbezug – Abweichungen vom Mittelwert



Basis: Informierendes Programm (deutschsprachig) des Bürgerfunks
 Erläuterung: Dargestellt werden jeweils die Unterschiede gegenüber dem Mittelwert für alle analysierten Standorte.
 Keine Zahlenangabe bedeutet, das die Programmkategorie an dem jeweiligen Standort nicht vorkommt.

4.3.7 Inhaltliche und formale Sendungsqualität

Die inhaltliche und formale Sendungsqualität der Bürgerfunk-Produktionen ist – wider erwarten – deutlich höher als zunächst von einem „Laienradio“ angenommen werden kann. Die feststellbaren Mängel halten sich dabei in einem Rahmen, der ein tolerierbares Maß nicht überschreitet.

Bei der technischen Sendungsqualität gibt es in erster Linie Aussteuerungsprobleme der Lautstärke: Mal ist die Musik zu leise, mal übertönt sie die Moderation; es gibt immer wieder Schwankungen in der Lautstärke und in der Tonqualität. Die Übergänge zwischen einzelnen Musiktiteln sowie zwischen Wort und Musik gelingen nicht immer; außerdem kommt es hin und wieder zu abrupten Wechseln oder Sendelöchern. Der Wechsel sowie das bloße Abspielen (Hängen oder Springen) von CDs ist schließlich auch mit Schwierigkeiten verbunden.

Eigentlich verwundert das Auftreten derartiger technischer Mängel, wenn man bedenkt, dass Bürgerfunkbeiträge und -sendungen vorproduziert werden. Man könnte annehmen, dass die Produktionen von technischen Fehlern frei sein sollten. Vermutlich schleichen sich aber derartige Schwächen unter dem Zeitdruck von Produktionen ein, vielleicht ist es Nachlässigkeit beim Bespielen des Tonträgers, oder aber der Verzicht auf eine Kontrolle des fertigen Produktes sowohl auf Seite der Radiowerkstatt als auch auf Seite des Lokalsenders führt – wie oben bereits ausgeführt – zu diesen Mängeln.

Grundsätzlich stellt die technische Sendungsqualität im Bürgerfunk aber offensichtlich kein wirkliches Problem dar. Diese Einschätzung wird auch von den befragten Chefredakteuren der Lokalsender geteilt. Deren Kritik richtet sich vielmehr auf die formale Sendungsqualität.

Die formale Sendungsqualität macht sich – aus der Sicht der Chefredakteure – daran fest, dass die Bürgerfunker ihr journalistisches Handwerk nur unzureichend beherrschen. Es wird unterstellt, dass Bürgerfunker unter dem Aspekt der Selbstverwirklichung zu sehr auf sich selbst und weniger auf die Hörer achten. Formatierung, journalistische Standards, Hörgewohnheiten etc. würden zu wenig berücksichtigt oder sogar ignoriert und hätten abschreckenden Charakter.

Diese Einschätzung kann durch unsere Untersuchung jedoch *nicht* untermauert bzw. gestützt werden. Es fällt auf, dass vergleichsweise wenige formale Mängel zu beobachten sind. Was allerdings vorkommt, sind beispielsweise stockende Moderation oder Sprechweise aufgrund mangelnder Vorbereitung und allgemeines, nichts sagendes Geplauder („Null-Kommunikation“), was in der Tat gelegentlich zum Abschaltimpuls führen könnte. Dagegen sind ungewohnte Stimmen, Intonation, Satzmelodie, Sprachverwendung, Sprecher-tempo, Satzbau nicht per se zu kritisieren, auch wenn sie vielleicht bei sog. Profis eine gewisse Befremdlichkeit auslösen. Deren „glatte“ Standards sollten

aber nicht zum alleinigen Maßstab des Hörfunks genommen werden. Aus einer anderen Perspektive bzw. Hörgewohnheit gewinnt der Bürgerfunk gerade im Kontrast zum durchformatierten Lokalradio durchaus den Charme des Unvollkommenen.

5 Die Akteure des Bürgerfunks

5.1 Einleitung

Nachdem im vorhergehenden Kapitel die Ergebnisse der Programmanalyse des Bürgerfunks dargestellt wurden, werden nunmehr die Produzenten dieses Programms in den Blick genommen. Der Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen lässt sich, wie bereits erläutert, in die drei Akteursgruppen Bürgerfunker, Bürgerfunkgruppen und Radiowerkstätten aufteilen. Bei dieser Aufteilung handelt es sich um eine analytische Trennung, da Bürgerfunkgruppen sich selbstverständlich aus der Summe von Bürgerfunkern bilden und auch die Mitarbeiter der Radiowerkstätten in vielfältiger Weise als Bürgerfunker in Erscheinung treten. Die durchgeführten Erhebungen zeigen aber, dass die intrinsischen Motive des Einzelnen und die Ziele der zugehörigen Bürgerfunkgruppe nicht in jedem Fall deckungsgleich sein müssen. Die unterschiedlichen Befragungen von Einzelpersonen und Bürgerfunkgruppen sind daher aufschlussreich, da sie eine Beschreibung der Bürgerfunkakteure aus ihrem jeweiligen Rollenverständnis heraus ermöglichen.

Die Akteursanalyse basiert primär auf Befragungen der handelnden Personen. Sozialwissenschaftliche Befragungen erfassen immer nur verbalisiertes Sozialverhalten und nicht tatsächliches Verhalten selbst. Hierdurch ist die Gefahr der Fehlinterpretation gegeben, da die befragten Personen u. U. wünschenswertes und nicht unbedingt tatsächliches Verhalten verbalisieren. Um die möglicherweise hieraus resultierenden Verzerrungen zu nivellieren, wurde für die Untersuchung der Akteure ein Mehrmethodenansatz gewählt: Das Antwortverhalten der schriftlich Befragten wurde durch Gruppendiskussionen und Beobachtungen vor Ort ergänzt. Zudem sind – als externe Validierung – die Ergebnisse der Befragungen in Relation zur Programmanalyse gebracht worden und ferner sekundäranalytische Daten der LfM herangezogen worden. Die Zusammenschau der Daten aus diesen unterschiedlichen Quellen führt zu einer verlässlichen Aussage über alle drei Akteursgruppen.

Die hier dargestellten Ergebnisse zu den *Bürgerfunkern als Individuen* resultieren aus der ersten Erhebung dieser Art innerhalb der Forschung über

den Bürgerfunk in NRW. Den Hintergrund für diese Alleinstellung bildet der methodisch schwierige „Zugriff“ auf diesen Personenkreis. Als festen und „greifbaren“ Bezugspunkt in der Bürgerfunklandschaft gibt es für die LfM lediglich die Radiowerkstätten. Diese benötigen für ihre Tätigkeit die Zulassung als anerkannte Radiowerkstatt durch die LfM. Die Bürgerfunkgruppen sind einerseits nur mittelbar über die Radiowerkstätten erfassbar; andererseits treten sie teilweise im Programm des Bürgerfunks namentlich in Erscheinung. Der in diesen Gruppen tätige Bürgerfunker war bisher eine terra incognita. Über die in Kap.3 beschriebene mehrstufige Auswahl bei der Stichprobenbildung wurde es in dieser Studie erstmals möglich, auch die handelnden Individuen der Bürgerfunkgruppen repräsentativ zu befragen. Hierbei ist allerdings eine Einschränkung zu betonen, die sowohl für die Befragung der Bürgerfunker als auch der Bürgerfunkgruppen gilt: Befragt wurden im Wesentlichen Akteure der so genannten regelmäßigen Bürgerfunkgruppen. Sporadisch produzierende Gruppen lassen sich – mit forschungsökonomisch vertretbarem Aufwand – nicht erfassen. Über die Aktivitäten dieser Gruppen gibt es aber Befunde aus der Befragung der Radiowerkstätten (s. u.).

5.2 Kommunikatoren – die Mitglieder der Bürgerfunkgruppen

5.2.1 *Soziodemographische Struktur*

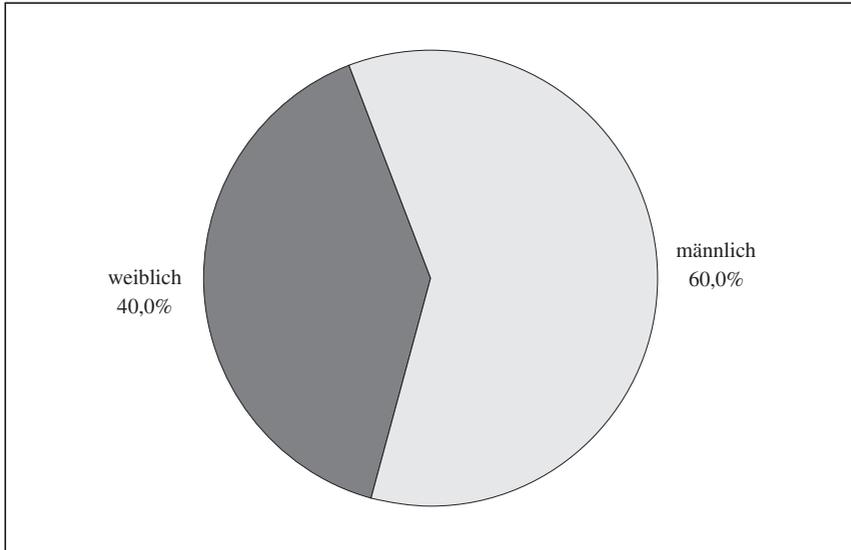
Im Folgenden wird zunächst die Zusammensetzung der Bürgerfunkgruppen anhand der soziodemographischen Merkmale beschrieben. Als zentrales Ergebnis der Befragung kann festgehalten werden:

- Der Bürgerfunk wird von einem breiten Spektrum der Bürger Nordrhein-Westfalens als Kommunikationsmittel genutzt. In der Zusammensetzung sind allerdings einige Abweichungen von der allgemeinen Bevölkerungsstruktur in NRW feststellbar.

Geschlechtsspezifisch zeigt sich mit 60 Prozent ein deutliches Übergewicht männlicher Bürgerfunker im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt in NRW, wo der männliche Anteil bei 48,3 Prozent liegt.³⁹

39 Daten zum NRW-Landesdurchschnitt. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen. www.lds.nrw.de/statistik/datenangebot/date/struktur [Stand: 03.03.05].

Abbildung 5-1: Anteile der Bürgerfunker nach Geschlecht



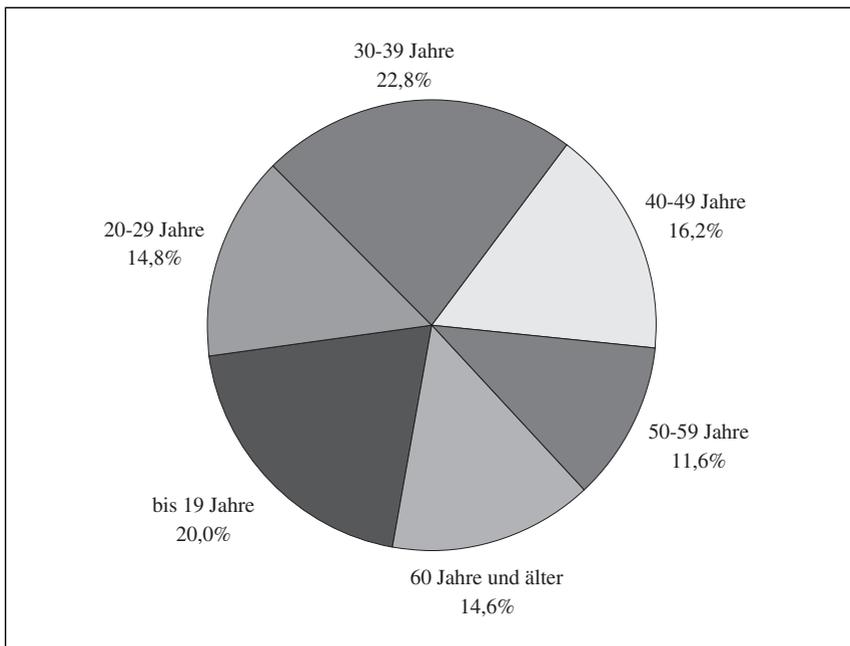
Basis: 440 Befragte der Bürgerfunker-Befragung

Bei der Altersstruktur lässt sich konstatieren: Der Bürgerfunk spricht alle Altersgruppen an! Eine spezifische Dominanz bestimmter Altersgruppen lässt sich nicht feststellen. Die Struktur der Bürgerfunker entspricht – mit einigen Abweichungen – weitgehend der Bevölkerungsstruktur in NRW. Deutlich überrepräsentiert ist lediglich die Gruppe der Jugendlichen bzw. jungen Erwachsenen bis 19 Jahren. Hier liegt der Bevölkerungsanteil in NRW bei 6,3 Prozent, innerhalb der Bürgerfunker hingegen bei 20 Prozent. Dies ist ein Reflex auf die Jugendarbeit zahlreicher Radiowerkstätten und der Tatsache, dass der Bürgerfunk von vielen Jugendlichen als Einstieg in einen Medienberuf gesehen oder aber als Musikabspielstätte genutzt wird, wie noch zu zeigen sein wird.

Die dargestellte Altersstruktur ist allerdings der Mittelwert für alle befragten Bürgerfunker in NRW. Standortbezogen lässt sich feststellen, dass bestimmte Radiowerkstätten (auch im Zusammenhang mit der Trägerschaft) jeweils spezifische Alterskohorten besonders anziehen. So gibt es Standorte, wo der Bürgerfunk eher von Jugendlichen dominiert wird und andere, wo z. B. Senioren besonders stark vertreten sind. In Großstädten mit vielen Radiowerkstätten nivelliert sich die Dominanz bestimmter Alterskohorten pro Radiowerkstatt durch die unterschiedliche Schwerpunktsetzung einzelner Radiowerkstätten. An Standorten mit wenigen Radiowerkstätten kann aber eine spezifische Altersdominanz das Programm des Bürgerfunks extrem einseitig machen. In Kapitel 4 wurde anhand der standortspezifischen Programmanalyse bereits auf

dieses Phänomen hingewiesen. Nun wird deutlich, dass hinter dieser Programmrealisation bestimmte Zusammensetzungen von Bürgerfunkgruppen stehen, die sich z. B. anhand soziodemographischer Merkmale festmachen lassen.

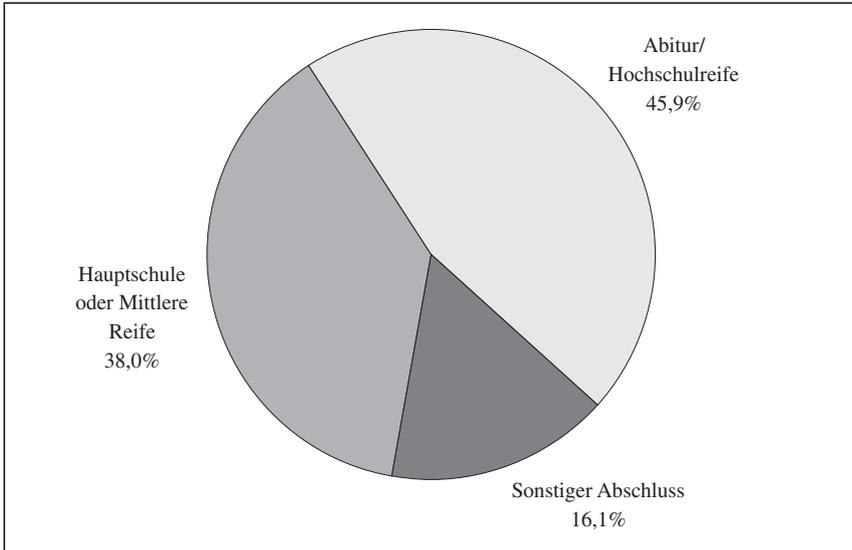
Abbildung 5-2: Altersstruktur der Bürgerfunker



Basis: 439 Befragte der Bürgerfunker-Befragung

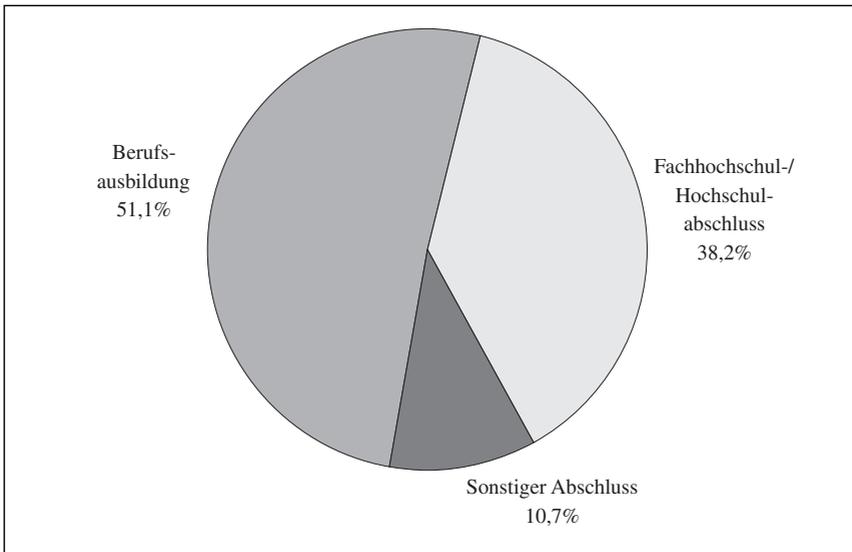
Eine signifikante Abweichung zeigt sich auch beim formalen Schulabschluss: Bei den Bürgerfunkern verfügen fast 46 Prozent über eine Fachhochschulreife oder Abitur, im Landesdurchschnitt sind es hingegen nur 25 Prozent. Hierin schlägt sich das o. g. Motiv des Berufseinstiegs und die Aktivitäten von Radiowerkstätten an Hochschulstandorten mit Medienstudiengängen (Münster, Siegen, Dortmund, Köln u. a.) besonders nieder. Nach dem Studium lässt das Interesse am Bürgerfunk dann wieder etwas nach, dennoch sind Personen mit Hochschulabschluss im Bürgerfunk insgesamt überrepräsentiert. Die Gruppe der nicht berufstätigen Bürgerfunker rekrutiert sich vor allem aus Schülern und Studierenden sowie Senioren und Arbeitslosen.

Abbildung 5-3: Schulabschluss der Bürgerfunker



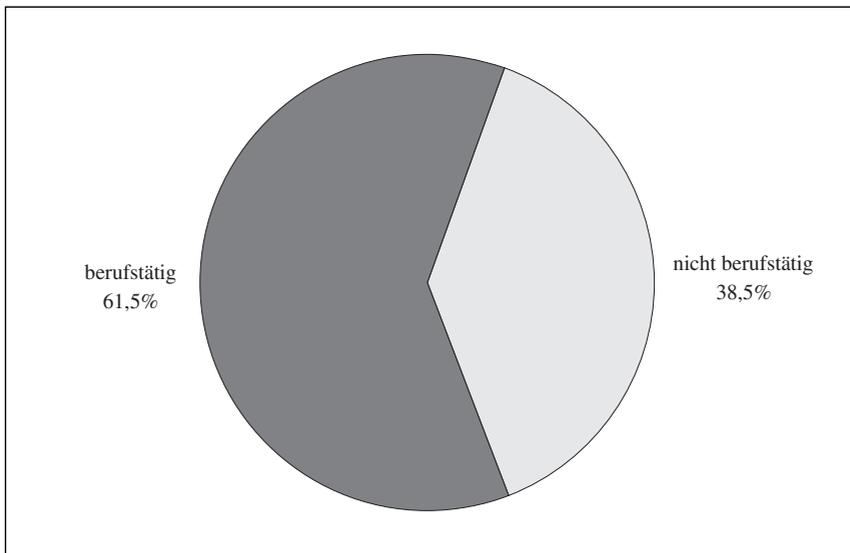
Basis: 442 Befragte der Bürgerfunker-Befragung

Abbildung 5-4: Berufsausbildung der Bürgerfunker



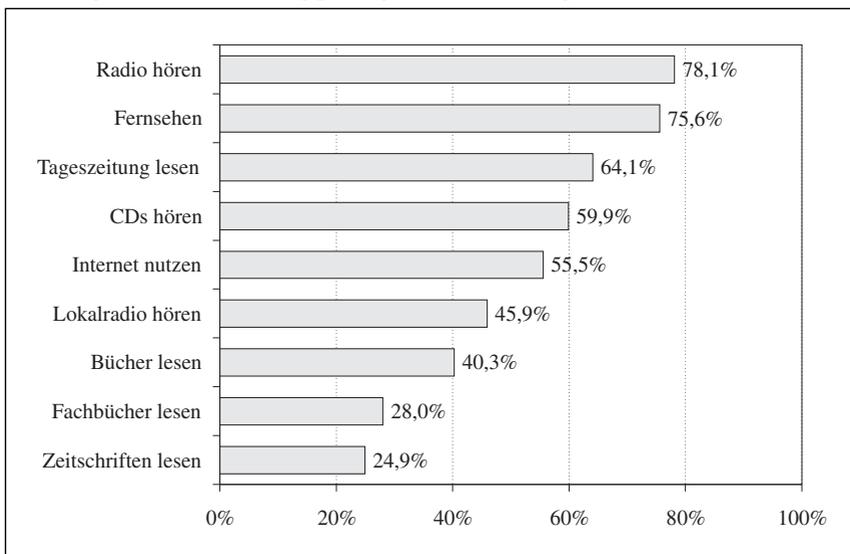
Basis: 364 Befragte der Bürgerfunker-Befragung

Abbildung 5-5: Berufstätigkeit der Bürgerfunker



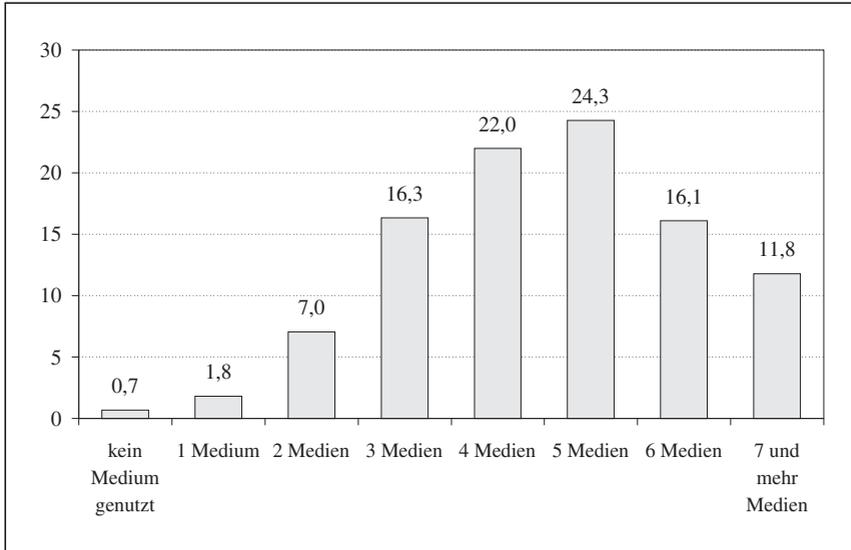
Basis: 371 Befragte der Bürgerfunker-Befragung

Abbildung 5-6: Mediennutzung pro Tag – Anzahl der Bürgerfunker in Prozent



Basis: 438 Befragte der Bürgerfunker-Befragung

Abbildung 5-7: Anzahl der täglich von Bürgerfunkern genutzten Medien



Basis: 443 Befragte der Bürgerfunker-Befragung

Die Bürgerfunker zeichnen sich durch eine vielfältige Mediennutzung aus. Über 74 Prozent nutzen täglich vier und mehr Medien. Während die allgemeine tägliche Radionutzung mit 78 Prozent dem bundesdeutschen Durchschnitt (79 Prozent) weitgehend entspricht, wird das Fernsehen mit 76 Prozent (im Vergleich zu 84 Prozent) etwas unterdurchschnittlich eingeschaltet.⁴⁰ Das Lokalradio wird mit fast 46 Prozent (im Vergleich zum NRW-Modalwert mit 23 Prozent am Einzelstandort⁴¹) häufig gehört. Auffallend hoch ist die Nutzung des Internets, das von 55 Prozent der Bürgerfunker täglich genutzt wird. Im Erhebungsjahr lag der Anteil derjenigen Personen, die mehrmals im Monat das Internet nutzen, bei 52 Prozent.⁴² Die tägliche Internetnutzung liegt mit 55 Prozent deutlich über dem Durchschnitt. Dies ist sicherlich auf den überproportional hohen Anteil junger Bürgerfunker zurückzuführen. Über dem Durchschnitt liegt das tägliche Bücherlesen mit über 40 Prozent. Im Bundesdurchschnitt

40 Vgl. Klingler, Walter/Müller, Dieter K.: MA 2002 Radio II: Hörfunk behauptet seine Stärke. Media Perspektiven 9/2004, S. 410–425.

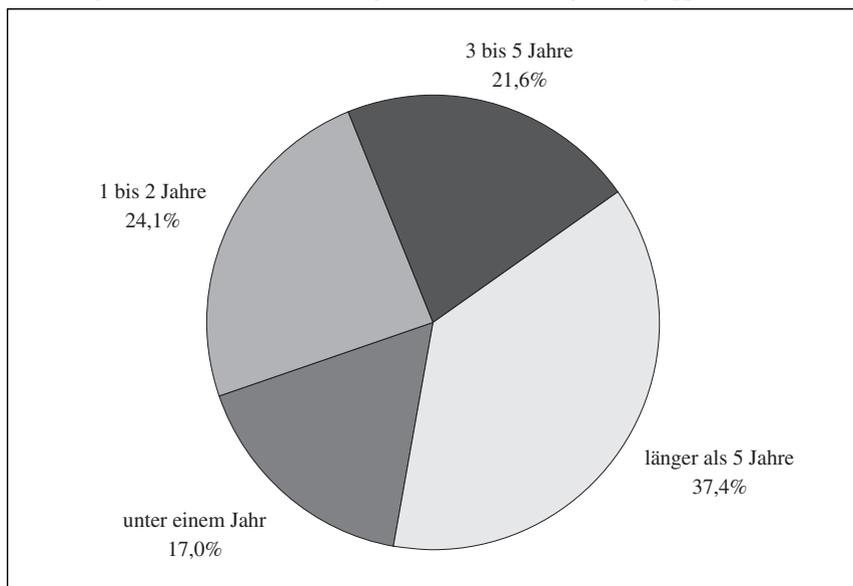
41 Vgl. E. M. A. NRW 2001/2002 I. Lokale Reichweitenuntersuchung NRW. Zusammenfassung der Ergebnisse. Düsseldorf 2001, S. 12.

42 Vgl. Eimeren, Birgit von/Gerhard, Heinz/Frees, Beate: Internetverbreitung in Deutschland: Potential vorerst ausgeschöpft? Media Perspektiven 8/2004, S. 350–370. Tägliche Nutzung wurde hier nicht erfasst.

liegt die Buchnutzung (mehrmals in der Woche) bei 37 Prozent.⁴³ Grundsätzlich passt die Mediennutzung in das soziodemographische Bild des Bürgerfunkers mit seinem überdurchschnittlichen Bildungsgrad und ist plausibel mit seinem Interesse an eigener Hörfunkproduktion verknüpft.

Bei den regelmäßigen Bürgerfunkgruppen lässt sich ein hohes Maß an Durchhaltevermögen der Gruppenmitglieder feststellen: rund 37 Prozent der Gruppenmitglieder gehören „ihrer“ Bürgerfunkgruppe länger als fünf Jahre an. Auch die Gruppenbefragung (s.u.) belegt eine lange „Lebensdauer“ der Bürgerfunkgruppen. Selbstverständlich kommt es hierbei im Laufe der Zeit immer wieder zu gruppeninternen Veränderungen aufgrund von natürlicher Fluktuation. Hieraus resultiert für die Bürgerfunkgruppen und für die Radiowerkstätten eine kontinuierliche Nachwuchsarbeit. Die Personenbefragung zeigt aber, dass es offenbar in den meisten Gruppen einen „harten Kern“ von Gruppenmitgliedern gibt, der für Kontinuität und Stabilität der Bürgerfunkgruppen sorgt.

Abbildung 5-8: Verweildauer der Bürgerfunker in der Bürgerfunkgruppe



Basis: 436 Befragte der Bürgerfunker-Befragung

43 Vgl. Daten zur Mediennutzung in Deutschland 2003. Media Perspektiven Basisdaten. Frankfurt/Main 2003, S. 69.

5.2.2 *Intrinsische Motivation – Typen*

Unabhängig von den in Kapitel 1 unter medientheoretischen und partizipatorischen Aspekten thematisierten Gründen, die zur Etablierung von Bürgermedien in Deutschland führten, existieren bei den aktiven Bürgerfunkern spezifische persönliche Motive, sich im Bürgerfunk zu engagieren bzw. einen Teil ihrer Freizeit mit der Produktion von Hörfunkbeiträgen zu verbringen. Diese individuellen Motive bleiben selbstverständlich nicht ohne Auswirkungen auf die Programmgestaltung und die organisatorischen Abläufe bei der Programmproduktion. Zur Erfassung der Motive wurden die Bürgerfunker einerseits schriftlich befragt. Andererseits waren die Beweggründe für das Bürgerfunk-Engagement auch Gegenstand der vor Ort geführten Gruppendiskussionen und explorativen Einzelinterviews. Aus der schriftlichen Befragung lassen sich für den Bürgerfunk in NRW fünf zentrale Motive herausfiltern, die durch die qualitativen Interviews erhärtet werden. Die Beweggründe, als Bürgerfunker aktiv zu sein, sind sicherlich vielschichtiger, als es sich in dieser Motivbündelung deutlich machen lässt. Ferner lässt sich nicht für jeden Befragten ein Motiv bestimmen. Es gibt aber in allen Befragungen immer wieder erkennbare „Kernmotive“, die eine entsprechende Typenbildung nahe legen. Methodisch wurden diese Motivtypen aus einer quantitativen Clusteranalyse der schriftlichen Befragung generiert. Hierzu wurde das Antwortverhalten auf mehrere entsprechende Fragen zusammengefasst ausgewertet (s. u.). Die Befragten wurden aufgrund dieser Antworten zu Gruppen mit identischen Kernmotiven zusammengefasst. In ihren Merkmalsausprägungen unterscheiden sich die Gruppen deutlich voneinander. Bei den hier beschriebenen Typen handelt es sich um solche, die in der Soziologie als „Idealtypen“ bezeichnet werden. Sie haben primär eine erklärende Funktion für die in der Wirklichkeit anzutreffenden – aber nur mittelbar erfassbaren – Phänomene. Was hier beschrieben wird, zielt auf „intrinsische“ – also aus dem eigenen individuellen Antrieb erfolgende – Motive, die sich in der sozialen Wirklichkeit nicht unmittelbar erkennen lassen.

Auf dieser Grundlage lassen sich die fünf Motivtypen⁴⁴ – in metaphorischer Benennung – folgendermaßen beschreiben und ihr Anteil an der Grundgesamtheit aller Bürgerfunkgruppen abschätzen⁴⁵:

44 Vgl. zu diesem Verfahren der Motivbündelung Rager, Günther/Rinsdorf, Lars: Kommunikatoren im nicht-kommerziellen lokalen Hörfunk in Niedersachsen. Eine Organisationsanalyse. Berlin 2000. Die Motivtypen „Partizipationsorientierte“ und „Berufseinsteiger“ finden sich auch hier. Die Benennungen wurden dieser Studie entnommen. Die Studie zeigt insgesamt in Bezug auf die Motivlage viele Parallelen zu den Ergebnissen für die Bürgerfunker in NRW. Dies spricht für einen bundesweiten Trend bei den Beweggründen, sich in Bürgermedien zu engagieren.

45 Bei den Zahlen handelt es sich nicht um das Ergebnis einer Messung von Anteilen an einer Gesamtmenge, sondern um Annäherungswerte; die Summe ergibt daher nicht 100 Prozent.

Tabelle 5-1: Die intrinsische Motivation der Bürgerfunker – dargestellt anhand von Idealtypen

Typ	Anteil der Bürgerfunker (ca.)
Musikenthusiasten	22 %
Berufseinsteiger	20 %
Partizipationsorientierte	20 %
Vereinsaktivisten	17 %
Hedonisten (Freizeitaktivisten, Kontaktsucher)	10 %

Basis: 443 Befragte der Bürgerfunker-Befragung

Die *Musikenthusiasten* sind die größte Gruppe innerhalb der Bürgerfunker. Sie nennen als starken Beweggrund Bürgerfunk zu produzieren: „Ich möchte vor allem meine eigene Musik in den Sendungen spielen“ und auf die Frage nach den Hauptinteressen hinsichtlich einer konkreten Sendungsproduktion als starkes Motiv: „Die Musikzusammenstellung gestalten zu können“. Andere mögliche Beweggründe treten demgegenüber in den Hintergrund. Dass diese Gruppe in der Programmrealisation des Bürgerfunks auch „hörbar“ wird, hat die Programmanalyse eindrucksvoll belegt.

Als *Berufseinsteiger* werden diejenigen Bürgerfunker bezeichnet, die ihre Mitarbeit in einer Bürgerfunkgruppe vor allem als Chance zur eigenen Qualifikation für einen Medienberuf sehen. Dieser Typus hat nicht nur in NRW, sondern für alle Bürgermedien in Deutschland in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. In NRW haben sich insbesondere an Universitätsstandorten mit Medienstudiengängen etliche Kooperationen zwischen dem Bürgerfunk und den entsprechenden Instituten entwickelt. Häufig werden vorgeschriebene Pflichtpraktika im Journalismus im Bürgerfunk absolviert.⁴⁶

Der Typus des *Partizipationsorientierten* entspricht am ehesten den ursprünglichen Vorstellungen eines Bürgerfunk-Aktivisten.⁴⁷ Auf die drei folgenden Fragen antworteten die Partizipationsorientierten jeweils mit „trifft stark zu“:

1. „Für mich steht im Vordergrund das soziale Engagement (über Personen und Themen berichten, die in der Gesellschaft zu kurz kommen).“
2. „Für mich geht es beim Bürgerfunk um das Herstellen von ‚Gegenöffentlichkeit‘ (Beiträge bringen, die in anderen Medien fehlen).“
3. „Ich möchte mit Hilfe unserer Radioproduktion im politisch-gesellschaftlichen lokalen Geschehen etwas bewirken.“

46 Darüber hinaus gibt es zahlreiche Beispiele aus den Gruppendiskussionen, die belegen, wie Bürgerfunker aus dem Bürgerfunk direkt weggelobt werden in das private oder öffentlich-rechtliche Lager (siehe unten).

47 So spielte in den frühen 90er Jahren der Partizipationsgedanke bei der Etablierung des Bürgerfunks eine große Rolle, vgl. Kap. 2.2.

Bei den Hauptinteressen hinsichtlich der Sendungs- und Beitragsproduktion dominiert bei den Partizipationsorientierten „die Recherchetätigkeit bzw. das inhaltliche Arbeiten“. Die Partizipationsorientierten haben ein hohes politisches oder soziales Engagement und wollen ihre Anliegen in der Öffentlichkeit bekannt machen. Im Gegensatz zu den vorstehend genannten Typen haben die Partizipationsorientierten eine klare publizistische Zielsetzung. Sie sehen im Bürgerfunk ein Medium, durch das sich demokratische Ansprüche der Bürger verwirklichen lassen. Im Programm schlägt sich das Motiv in vielfältiger Weise – innerhalb des Informationsangebotes vor allem in der Themengruppe Gesellschaft – nieder.

Der als *Vereinsaktivist* bezeichnete Typus hat ein klar umrissenes Hauptmotiv für seine Bürgerfunktätigkeit: Ihm geht es vor allem darum, seinen „Verein (Interessengruppe, Selbsthilfegruppe etc.) über den Hörfunk bekannt zu machen“. Dies umfasst in etlichen Fällen auch ein soziales oder politisches Engagement, vorrangig richtet es sich aber auf verschiedene Special-Interest-Bereiche. Die Spannweite der Vereine, die sich mittels einer Bürgerfunkgruppe an die lokale Öffentlichkeit wenden, ist groß. Sie reicht von Sportvereinen über Karnevalsvereine, die Feuerwehr, die Jägerschaft bis hin zu Greenpeace, amnesty international oder den Anonymen Alkoholikern. Die Vereinsaktivisten haben eine gewisse Ähnlichkeit mit den Partizipationsorientierten. Beide wollen spezifische Anliegen über das Medium Hörfunk in die Gesellschaft transportieren. Während die Partizipationsorientierten jedoch hierbei thematisch eher universell sind, sind die Vereinsaktivisten monothematisch interessiert. Sie sind primär den Zielen oder Interessen ihres Vereins verbunden, und der Bürgerfunk dient ihnen als Mittel zum Zweck. Die Vereinsaktivisten sind zu großen Teilen an der Produktion von Ressort-Magazinen oder monothematischen Sendungen beteiligt, in denen sich ihre spezifische Interessenlage niederschlägt.

Eine eher diffuse Motivlage zeigt sich bei den *Hedonisten*. Im Vordergrund steht für sie der Bürgerfunk als eine „sinnvolle, vernünftige Freizeitgestaltung“ bzw. der soziale Kontakt oder der „Spaßfaktor“. Der Begriff „Spaß“ ist hier jedoch nicht im (abwertenden) Sinne der „Spaßgesellschaft“ zu verstehen, als Ich-Bezogenheit, Oberflächlichkeit, Spontaneität etc., sondern als (Lebens-)Freude, mit Menschen zusammen an einer Sache zu arbeiten. Zusammentreffen der Bürgerfunker untereinander und der kreative Prozess der Produktion als solcher haben für sie einen hohen Stellenwert. Dies ist durchaus häufig gekoppelt mit einem inhaltlichen Motiv, dass aber nicht so stark ausgeprägt ist wie bei den Vereinsaktivisten. Einerseits sind in dieser Gruppe viele Rentner, die über den Bürgerfunk soziale Kontakte aufrechterhalten, andererseits auch Jugendliche, die im Bürgerfunk „Spaß haben“ wollen.

5.2.3 Verhalten in der Bürgerfunkgruppe

Zuverlässigkeit/Unzuverlässigkeit

Die Auswertungen von Fragebögen und Gruppendiskussionen belegen, dass eine Gruppengröße von drei bis vier Personen für den Arbeitszusammenhang einer Bürgerfunkproduktion relativ optimal sind. Je größer aber die Gruppen sind, um so eher sind Unzuverlässigkeit und Unverbindlichkeit beobachtbar. Selbst bei großen Gruppen schält sich relativ schnell ein harter Kern von Aktiven heraus (bis zu sechs Personen), der die eigentliche Produktion in die Hand nimmt bzw. vorantreibt. Anders formuliert: Je kleiner die Gruppe, um so mehr werden Zuverlässigkeit und Verbindlichkeit erwartet bzw. eingefordert („Es kommt auf jeden an!“). Modellhaft wird der Aufbau von Gruppen von einem Insider wie eine Zwiebel beschrieben: „Harter Kern, weicher Kern und Außenhülle“ (Jürgen Mickley, Duisburg). Damit korrespondiert das Maß an Verlässlichkeit und Verbindlichkeit. Der harte Kern macht die eigentliche Arbeit, der weiche Kern arbeitet zu, der Rest ist lediglich assoziiert. Personen, die sich als unzuverlässig in der Gruppenarbeit erweisen, werden relativ schnell von der Gruppe angesprochen. Auf gruppendynamischem Wege finden dann „Selbstreinigungsmechanismen“ statt.

Als Erfahrungswert ist festzuhalten, dass bei zunehmender Teilnehmerzahl das jeweilige Engagement stark variiert, d. h. auch, dass Verlässlichkeit und Verbindlichkeit weniger ernst genommen werden. Mit der Verteilung der Aufgaben auf wenige Schultern erhöhen sich diese Werte zwar, das ist aber auch mit einer erhöhten Arbeitsbelastung des Einzelnen verbunden.

Verhalten in der Radiowerkstatt

Die Zusammenarbeit von Radiowerkstatt und Bürgerfunkgruppen bewegt sich in einem organisatorischen Rahmen, der kaum Konflikte hervorruft. Studio-beleglisten, elektronische Sendeplatzvergabe (z. B. der „Webwecker“ in Bielefeld), persönliche Absprachen etc. sorgen für einen reibungslosen Ablauf des Produktionsbetriebes. Beobachtbar ist ein durchweg kooperativer Umgang der Akteure miteinander. Bürgerfunk-Einsteiger bzw. -Anfänger werden meist relativ intensiv eingewiesen und betreut. Bürgerfunker mit umfassenden Erfahrungen bedürfen dagegen keiner Betreuung mehr, werden in die Selbstständigkeit entlassen und erhalten u. a. vertrauensvoll die Schlüssel zu den Räumlichkeiten der Radiowerkstatt.

Entscheidend für das Funktionieren der Arbeitsabläufe, die Gruppenkoordination etc. sowie die allgemeine Atmosphäre im Binnenverhältnis von Radiowerkstatt und Bürgerfunkgruppen ist die Person des Radiowerkstattdleiters. Bei den Gruppendiskussionen konnte zum einen beispielhaft beobachtet werden, dass alle Gruppenmitglieder gleichberechtigt miteinander im Gespräch waren,

eine offene und zugewandte Atmosphäre und rege Gesprächsbereitschaft und -beteiligung herrschte und der Radiowerkstättenleiter offensichtlich ein kollegiales Verhältnis zu „seinen“ Gruppen hatte (Bsp. BI Bürgerwoche Bielefeld; Medienforum Duisburg). In anderen Fällen wurde das Gespräch von Radiowerkstattleitern dominiert, die Bürgerfunker waren sehr zurückhaltend, es herrschte keine offene, gleichberechtigte Gesprächsatmosphäre und die Teilnehmer wirkten relativ atomisiert, es entwickelte sich kein kollegialer Gruppen- oder Teameindruck (Bsp. Tiere im Kulturdschungel, Bielefeld; Sender RIO Duisburg).

Querulanten und Egoisten

Querulanten und Egoisten werden von der Bürgerfunkgruppe meist diszipliniert oder aus der Gruppe ausgeschlossen (s. o. Gruppendynamik, „Selbstreinigungskräfte“). Die Gruppen zeichnen sich durch ein gleichberechtigtes Miteinander aus, so dass problemhafte Entwicklungen angesprochen und geklärt werden. Wird jedoch gruppenintern keine Lösung herbeigeführt, tritt die Radiowerkstatt als Schlichter auf den Plan, um ein kollegiales Einvernehmen zu erzielen.⁴⁸

Dominante/Herrschaft ausübende

In den Bürgerfunkgruppen selbst gibt es grundsätzlich flache Hierarchien und keine explizite Gruppenleitung. Leitungspositionen werden nur dann wichtig, wenn die Gruppe nach außen einen verlässlichen Ansprechpartner präsentieren muss. Oder aber, wenn es aufgrund von personeller Fluktuation in der Gruppe darum geht, im Rahmen einer Restrukturierung der Gruppe u. a. die nachwachsenden Neuzugänge zu integrieren, was nur durch personelle Kontinuität und Erfahrung geleistet werden kann.

5.3 Die Bürgerfunkgruppen

5.3.1 Strukturen und Produktionspraxis

Die eigentlichen Träger des Bürgerfunks in NRW sind die Bürgerfunkgruppen. Nur ihnen hat der Gesetzgeber die Möglichkeit der Verbreitung von Hörfunkbeiträgen über die jeweiligen Lokalfunkstationen eingeräumt. Weder eine

48 In Köln macht die Geschichte von der fundamentalen „Öko-Oma“ die Runde. Dabei handelte es sich um eine ältere Dame, die unbedingt einen Sendeplatz beanspruchte, um ihre Weisheiten in den Äther zu versenden. Sie war jedoch in keiner Gruppe unterzubringen, was auch nicht von ihr gewollt war, und sie war schlichtweg nicht teamtauglich.

Einzelperson noch die Radiowerkstätten haben (formaljuristisch betrachtet) dieses Recht. Die Bürgerfunkgruppen treten für den Hörer jedoch als solche nicht immer in Erscheinung. Im Programm firmieren die Sendungen des Bürgerfunks teilweise nur unter der Etikette der jeweiligen Radiowerkstatt, teilweise lediglich unter einem Sendungstitel. Letztlich sind aber die Bürgerfunkgruppen die „entscheidende Größe“ für die Funktionsfähigkeit des Bürgerfunks als Ganzes. Nachfolgend werden zunächst die wesentlichen Strukturmerkmale der Bürgerfunkgruppen dargestellt, anschließend werden die publizistischen Ziele der Bürgerfunkgruppen herausgearbeitet und Typen von Bürgerfunkgruppen beschrieben.

Die Bürgerfunkgruppen müssen laut Gesetz mindestens zwei Personen umfassen. In der Praxis zeigt sich jedoch, dass es in einigen Fällen auch Ein-Personen-Bürgerfunkproduzenten⁴⁹ gibt. Der Modalwert, also in diesem Fall die am häufigsten anzutreffende Gruppengröße, liegt jedoch bei drei bis vier Mitgliedern. 39 Prozent aller Bürgerfunkgruppen haben diese Gruppengröße. An zweiter Stelle stehen mit 22 Prozent Gruppen mit fünf bis sechs Mitgliedern, an dritter Stelle rangieren mit 15 Prozent Gruppengrößen von sieben bis zehn Mitgliedern. Darüber hinausgehende Gruppengrößen sind vergleichsweise selten. Innerhalb der Gruppen gibt es häufig eine arbeitsteilige Vorgehensweise, so dass je nach Wunsch, Begabung und Fähigkeiten die Aufgaben verteilt werden, d. h. Technik/Produktion, Moderation, Recherche etc.

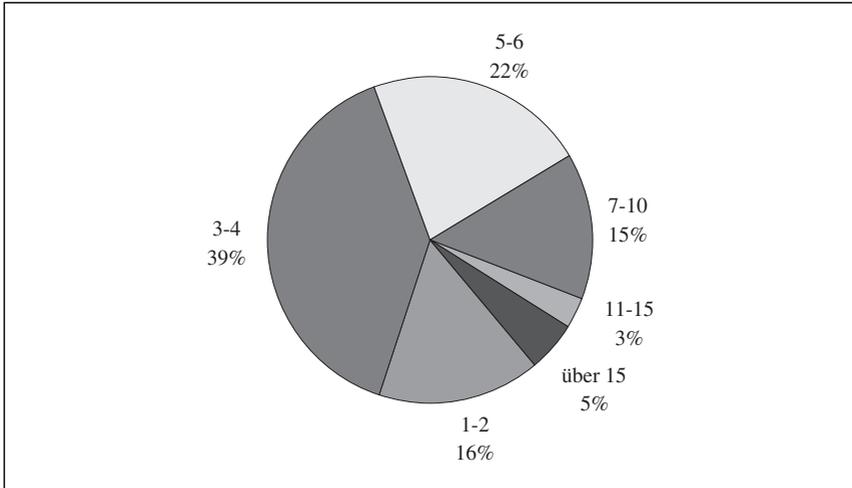
In der Regel sind die Gruppen so organisiert, dass es *keine* offizielle Gruppenleitung gibt. Alle Gruppenteilnehmer bewegen sich auf Augenhöhe, man orientiert sich am basisdemokratischen Modell, es herrscht das Prinzip der flachen Hierarchien. Um der Gruppe jedoch einen verlässlichen Ansprechpartner nach außen zu geben, wird eine Person für diese Funktion benannt. Eine gewisse Leitung kristallisiert sich jedoch dann heraus, wenn ein Generationswechsel in der Gruppe stattfindet: Neue bzw. jüngere Mitglieder wachsen nach, werden von den erfahrenen „alten Hasen“ an die Aufgaben herangeführt bzw. wachsen in verantwortungsvolle Rollen hinein. Der Generationenwechsel bzw. die Fluktuation innerhalb von Gruppen wird zum einen gruppenintern gelöst, zum anderen greift die Radiowerkstatt – bei Bedarf – unterstützend ein. Eine Gruppenleitung ist natürlich erforderlich bei Neulingen, die das Radiohandwerk erst noch – z. B. in Form eines Einführungsseminars – erlernen müssen.

Die Bürgerfunkgruppen zeigen eine große Stabilität. Fast 70 Prozent aller befragten Bürgerfunkgruppen existierten zum Befragungszeitpunkt bereits drei Jahre. Im Frühjahr 2004 waren über ein Viertel aller Bürgerfunkgruppen bereits seit den Gründungsjahren des Bürgerfunks (1990–1993) existent. Diese Konstanz im Zusammenhang mit der auch individuell langen Verweildauer in

49 Hierbei handelt es sich in erster Linie um Musikinteressierte.

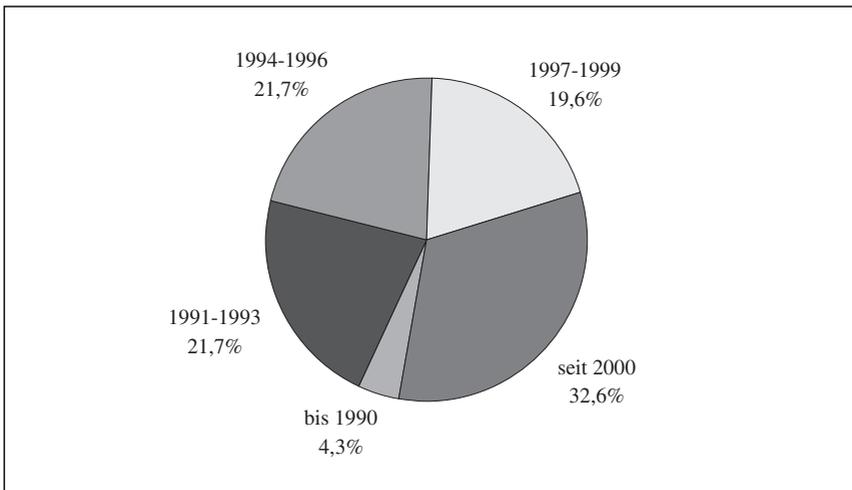
einer Gruppe (s. o.) ist ein Indikator dafür, dass der Bürgerfunk für seine Aktiven ein hohes Maß an persönlicher Gratifikation bedeutet. Der soziale Kontext sowie der Idealismus spielen dabei eine große Rolle.

Abbildung 5-9: Bürgerfunkgruppen nach Anzahl der Mitglieder



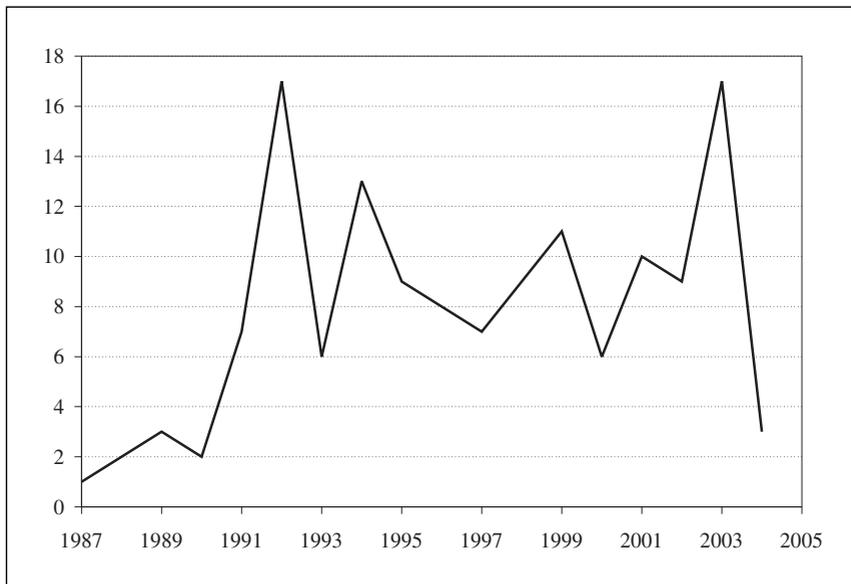
Basis: 137 Befragte der Bürgerfunkgruppen-Befragung

Abbildung 5-10: Existenz der Bürgerfunkgruppen nach Gründungsjahren



Basis: 138 Befragte der Bürgerfunkgruppen-Befragung

Abbildung 5-11: Anzahl der Gründungen von Bürgerfunkgruppen pro Jahr



Basis: 138 Befragte der Bürgerfunkgruppen-Befragung

Das Verlaufsdiagramm zeigt, dass es in der Entwicklung der Bürgerfunkgruppen zwei Spitzenjahre gibt: Das Jahr 1992 als Zeitpunkt der Konsolidierung des Lokalfunks in NRW und das Jahr 2003, wofür keine Ursache erkennbar ist.

Deutlich wird auch, dass es keinen Stillstand bei der Gründung von Bürgerfunkgruppen gibt, sondern ständig neue Gruppen „nachwachsen“. Es gibt Gruppen, die komplett verschwinden, dafür tauchen auch völlig neue Gruppen mit neuen Themen auf, worüber sich auch teilweise gesellschaftliche Entwicklungen ablesen lassen. Aufgrund natürlicher Fluktuation sind die Teilnehmer früh gegründeter Bürgerfunkgruppen inzwischen vielfach durch Neuzugänge komplett ausgewechselt worden, die Gruppe firmiert aber weiterhin unter gleichem Namen. Personelle Kontinuitäten durch „alte Hasen“ erweisen sich als sehr wichtig im Hinblick auf Gruppenstabilität, interne Qualifizierung, Qualitätssicherung und Professionalisierung.

Rund 82 Prozent der von uns befragten Bürgerfunkgruppen gehören zu den *regelmäßigen* Produzenten. Dies bedeutet, dass ihre Tätigkeit auf eine gewisse Kontinuität und regelmäßige Produktionszyklen ausgerichtet ist. Fast alle dieser Gruppen haben auch einen festen Sendepplatz. Der Anteil von *sporadisch* produzierenden Gruppen am Gesamtvolumen der Bürgerfunkgruppen ist aber – wie aus der Befragung der Radiowerkstätten sichtbar wird – erheblich größer

als 18 Prozent.⁵⁰ Die sporadischen Gruppen produzieren zwischen einer und mehreren Sendungen pro Jahr. Beispiele für sporadische Gruppen sind: NGOs und Initiativen wie amnesty international, Greenpeace, attac, Fair-Handel, Eine-Welt-Shop oder Dritte-Welt-Gruppen; Vereine mit singulären Ereignissen wie Jubiläen oder Tag der offenen Tür; Behinderte bzw. Selbsthilfegruppen mit sporadischem Senderhythmus aufgrund der spezifischen Problematik der produzierenden Klientel; schließlich zahlreiche zeitlich befristete Projekte wie z. B. Schul-AGs, VHS-Kurse. Insofern bildet die Verteilung der regelmäßigen und sporadischen Gruppen in unserer Stichprobe aus nahe liegenden, erhebungspraktischen Gründen nicht die Verhältnisse in der Realität ab.⁵¹

Bei den regelmäßigen Bürgerfunkgruppen lassen sich bezogen auf den Produktionszyklus vier Typen erkennen:

- Über die Hälfte (54 Prozent) aller regelmäßig produzierenden Bürgerfunkgruppen erstellen pro Monat eine Sendung,
- Rund 17 Prozent haben einen 14-tägigen Produktionsrhythmus,
- 10 Prozent produzieren sogar wöchentlich,
- der Rest (19 Prozent) verteilt sich auf verschiedene andere Produktionszyklen von mehrmals pro Woche bis alle drei Wochen.

Das Produktionsvolumen der einzelnen Bürgerfunkgruppen steht hierzu in Relation. Fast 58 Prozent aller Gruppen produzieren ein Volumen von bis zu einer Stunde pro Monat. Mehr als eine Stunde bis maximal zwei Stunden werden von 20 Prozent produziert. Darüber hinausgehende Produktionsvolumina sind nur geringfügig vorhanden.

Knapp 88 Prozent der Bürgerfunkgruppen sind mit dem ihnen zur Verfügung stehenden Sendevolumen zufrieden. Bei den 12 Prozent, die angeben mehr produzieren zu wollen/können, wird als Grund überwiegend genannt, dass sie gerne über weitere Themen berichten würden, wenn das Sendevolumen erhöht würde.

Die Produktionsbedingungen für die Bürgerfunkgruppen werden weitgehend positiv beurteilt: Über drei Viertel aller Bürgerfunkgruppen sind mit der Infrastruktur „ihrer“ Radiowerkstatt „sehr zufrieden“, „mehr oder weniger zufrieden“ sind weitere 20 Prozent. Der mit knapp 5 Prozent kleine Anteil der Unzufriedenen beklagt überwiegend technische Mängel in der Ausstattung.

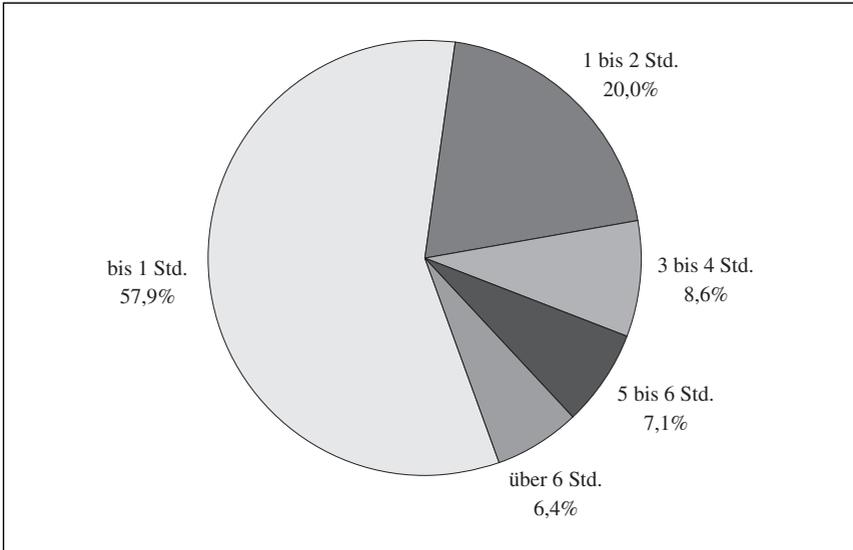
Die eigentliche Produktion der Bürgerfunkgruppen ist im Kontext unserer Fragestellung unter zwei Aspekten von Interesse:

- Welche thematisch-inhaltliche Ausrichtung haben die Bürgerfunkgruppen und

50 Eine repräsentative Erfassung der sporadischen Gruppen ist forschungspraktisch nur mit unverhältnismäßigem Aufwand möglich, da diese Gruppen sich nur schwer erfassen lassen.

51 Zum tatsächlichen Verhältnis von regelmäßigen zu sporadischen Produktionsgruppen siehe Kap. 2.1.

Abbildung 5-12: Sendevolumen der Bürgerfunkgruppen pro Monat



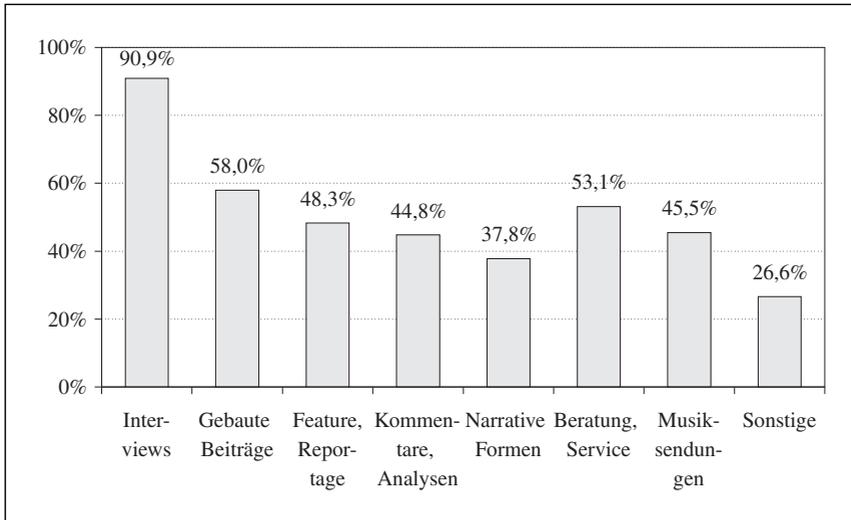
Basis: 140 Befragte der Bürgerfunkgruppen-Befragung

- welche (hörfunkjournalistischen) Vermittlungsformen werden von ihnen eingesetzt.

Die erste Fragestellung wird im folgenden Kapitel im Zusammenhang mit der Typenbildung behandelt. Für die Vermittlungsformen ergibt sich ein Bild, das vor dem Hintergrund der Programmanalyse nicht erstaunen kann: *Interviews* sind offenbar die „beliebteste“ Darstellungsform im Wortangebot des Bürgerfunks. Knapp 91 Prozent der Bürgerfunkgruppen setzen diese Form ein. *Gebaute Beiträge* werden von 58 Prozent der Bürgerfunkgruppen produziert. Anspruchsvollere Formen wie *Reportage*, *Feature* oder *Kommentare* werden von über der Hälfte aller Bürgerfunkgruppen allerdings *niemals* produziert. Dieser Befund aus den Angaben der Bürgerfunkgruppen bestätigt die Ergebnisse der Programmanalyse. Hierbei sind die Prozentangaben der Befragung notabene nicht zu verwechseln mit den tatsächlichen Anteilen am Programm. Gefragt wurde grundsätzlich nach dem Verwenden entsprechender Formen, *nicht* hingegen nach dem *Sendevolumen*, den die jeweilige Form in der Produktionspraxis einnimmt.

- Sowohl die Programmanalyse als auch die Befragung zeigen, dass der Bürgerfunk den Bereich der medialen Möglichkeiten des Hörfunks nicht genügend ausschöpft.

Abbildung 5-13: Verwendung von Darstellungsformen in der Produktion der Bürgerfunkgruppen



Basis: 143 Befragte der Bürgerfunkgruppen-Befragung, Mehrfachnennung möglich

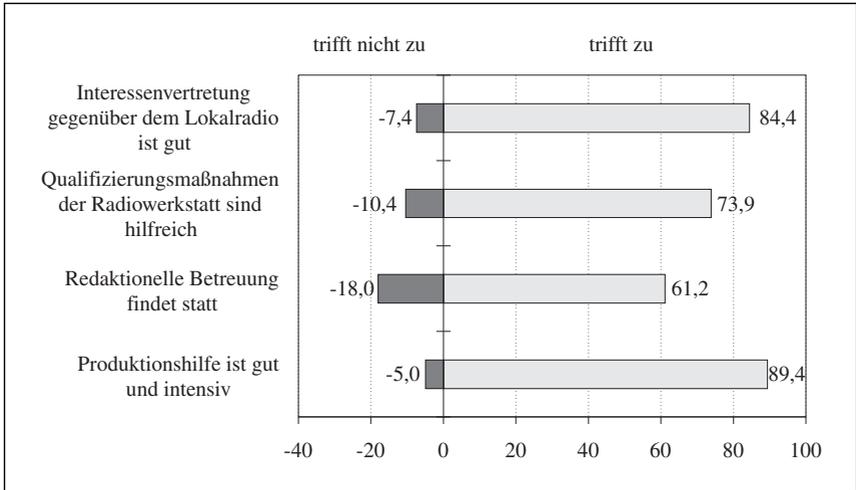
5.3.2 Außenbeziehungen der Bürgerfunkgruppen

Neben der eigentlichen Produktion, die soziologisch betrachtet eine Interaktion der Gruppenmitglieder untereinander darstellt (nach innen), stehen die Bürgerfunkgruppen auch in Interaktionen nach außen. Hierbei sind mehrere Interaktionspartner zu differenzieren:

- die Lokalradios,
- die Radiowerkstatt,
- andere Bürgerfunkgruppen,
- die Hörerschaft und
- das politische und soziokulturelle Umfeld im Verbreitungsgebiet.

Während die eher bürgerfunkimmanenten Partner (Lokalradio, Radiowerkstatt und andere Bürgerfunkgruppen) vorrangig den Produktionsprozess beeinflussen, sind die Hörerschaft und das Umfeld im Verbreitungsgebiet wichtig für die Akzeptanz des Bürgerfunks als Programmbestandteil des Lokalfunks in der öffentlichen Meinung.

Abbildung 5-14: Beurteilung der Zusammenarbeit zwischen Bürgerfunkgruppen und Radiowerkstätten – Anteile der Bürgerfunkgruppen je Merkmalsausprägung



Basis: 141 Befragte der Bürgerfunkgruppen-Befragung

Lesart: 84,4 Prozent der Bürgerfunkgruppen antworten auf das Statement „Die technische Produktionshilfe ist gut und intensiv“ mit der Antwort „trifft zu“.

Die Kooperation zwischen den Bürgerfunkgruppen und dem Lokalradio wird von 77 Prozent der Befragten als unproblematisch angesehen, wobei die Bürgerfunkgruppen nur in mittelbarem Kontakt zum Lokalradio stehen.⁵² Direkte Kontakte bestehen jedoch in erster Linie zwischen Radiowerkstatt und Lokalradio. Die 23 Prozent der Bürgerfunkgruppen, die hingegen dieses Verhältnis als problematisch beurteilen, nennen an erster Stelle mit fast 30 Prozent das „Verschieben“ oder den „Ausfall“ von Sendungen, die sie eingereicht hatten.⁵³ Die anderen genannten Punkte sind eher atmosphärischer Art und betreffen die mangelnde Akzeptanz der Lokalradioredaktionen gegenüber den Bürgerfunkern, Distanzierungen und Kooperationsverweigerungen.

Die Zusammenarbeit zwischen den Bürgerfunkgruppen und den Radiowerkstätten wird von den Bürgerfunkern überwiegend sehr positiv beurteilt. Am besten wird die technische Produktionshilfe von Seiten der Radiowerkstätten bewertet. Auch die Interessenvertretung der Bürgerfunkgruppen gegenüber dem Lokalradio wird aus Sicht der Bürgerfunker durch die Radiowerkstätten gut

52 Ausnahmen bilden bspw. der Bürgerfunkkoordinator von Radio Köln, Stefan Bolten, der zwecks Durchdringung seines Arbeitsfeldes zahlreiche Bürgerfunkgruppen besuchte oder der Chefredakteur von Radio Bonn/Rhein-Sieg, Jörg Bertram, der das Gespräch mit den deutsch-russischen Bürgerfunkgruppen suchte.

53 Wenn es auf Seiten des Lokalradios zu Pannen oder gar Ausfällen beim Abspielen der Bürgerfunkproduktionen kommt, wird mancherorts schon mal Absicht bzw. Vorsätzlichkeit unterstellt („Verschwörungstheorien“).

wahrgenommen. Vergleichsweise weniger gut schneidet die redaktionell-inhaltliche Betreuung und Beratung der Bürgerfunkgruppen durch die Radiowerkstätten ab. Hier sind es lediglich 60 Prozent der befragten Bürgerfunkgruppen, die eine intensive redaktionell-inhaltliche Betreuung durch ihre Radiowerkstatt erfahren. Die von den Radiowerkstätten angebotenen Qualifizierungsmaßnahmen werden von nahezu 70 Prozent als sehr hilfreich eingestuft.

Die Austauschbeziehungen zwischen den Bürgerfunkgruppen untereinander sind *nicht sehr intensiv*. Lediglich 33 Prozent der Bürgerfunkgruppen einer Radiowerkstatt tauschen sich häufig mit anderen Bürgerfunkgruppen aus. Bei 53 Prozent gibt es hingegen zumindest einen sporadischen Austausch. Noch spärlicher sind die Kontakte zu auswärtigen Bürgerfunkgruppen: Sie werden von nur 4 Prozent der befragten Gruppen gepflegt. 43 Prozent haben keinerlei entsprechende Kontakte, 43 Prozent tauschen sich sporadisch mit auswärtigen Gruppen aus.

Ausbaufähig ist sicherlich der Bereich Öffentlichkeitsarbeit zwischen den Bürgerfunkgruppen und ihrer potentiellen Hörerschaft bzw. möglichen neuen Produzenten. Eine Kontaktmöglichkeit für die Hörer bieten immerhin 89 Prozent der Bürgerfunkgruppen an, wobei überwiegend der Kontakt per Telefon, Fax und E-Mail offeriert wird. Offene Gruppentermine mit Kontaktmöglichkeit werden hingegen nur von 19 Prozent der Bürgerfunkgruppen angeboten. Feedback auf Sendungen erhalten 53 Prozent der Bürgerfunkgruppen relativ häufig. Vice versa bekommen 47 Prozent aller Bürgerfunkgruppen kaum Hörerfeedback. Die Gründe hierin werden weitgehend bei den Rezipienten gesehen (Bequemlichkeit) oder in unattraktiven Sendeplätzen, aus denen eine geringe Hörerschaft resultiere.

Aufgrund der Vorgabe, dass die Produktionen in der Regel drei Tage vor Ausstrahlungstermin bei der Lokalradiostation sendefertig vorliegen müssen, sind direkte Call-ins der Hörer bei Bürgerfunkproduktionen nahezu unmöglich. Vielfach werden jedoch E-Mail- oder Postadressen am Ende der jeweiligen Sendung angegeben.

Aktive Öffentlichkeitsarbeit betreiben nach eigenen Angaben 81 Prozent aller Bürgerfunkgruppen. Hierbei rangiert allerdings mit 60 Prozent die On-air-Promotion an erster Stelle; Pressearbeit betreiben 55 Prozent der Bürgerfunkgruppen. Andere Möglichkeiten der Off-air-Promotion werden vergleichsweise selten betrieben.

- Öffentlichkeitsarbeit im Sinne von Bekanntmachen der Sendungen findet eher selten statt. Vielfach ist die Energie nach Erreichung des primären Zieles – die Fertigstellung einer Produktion – meist erschöpft. Einerseits wurde es bisher schlichtweg versäumt, eine Vereinbarung zwischen Sender und Bürgerfunk zu treffen, dass Bürgerfunkproduktionen bereits im Lokalradioprogramm angetrailert werden. Andererseits ist das Verhältnis zum Lokal-

- radio oftmals nicht zum Besten bestellt (Zitate von Chefredakteuren: „Das Lokalradio hat kein Interesse daran, ein schlechtes Produkt auch noch zu bewerben.“ „Wenn es denn Inhalte gäbe, könnte man sie auch antrailern.“).
- Öffentlichkeitsarbeit im Sinne von Rekrutierung neuer Mitarbeiter oder Gruppen findet eher informell und nebenbei statt, d. h. vielfach über Mund-propaganda etc. Teilweise besteht bei manchen (großen) Radiowerkstätten auch gar kein Bedürfnis nach Rekrutierung weiterer Gruppen, da eine ausreichende Anzahl vorhanden und das Sendeplatzkontingent ohnehin ausgeschöpft ist.
 - Öffentlichkeitsarbeit im Sinne von Kooperation mit der lokalen Presse und entsprechender Platzierung von Vorankündigungen bzw. Abdruck des Sende-schemas wird vielfach verhindert durch eine klare Verweigerung bzw. Ablehnung durch die Presse aufgrund von Konkurrenzdenken. Der Bürgerfunk wird auch innerhalb des Lokalradios als Konkurrent erlebt, so dass eine konstruktive Pressearbeit zum Scheitern verurteilt ist, da der dahinter stehende Presseverlag vielfach mit einem bis zu 75-prozentigen Anteil an dem Lokalsender beteiligt ist.
 - Öffentlichkeitsarbeit im Sinne von Bewusstseinsverankerung bei der Bevölkerung ist ein grundsätzliches Problem. Zum einen müssen sich Bürger-funker, wenn sie „ins Feld gehen“, permanent erklären und rechtfertigen. Sie werden vorwiegend dem kommerziellen Lokalradio direkt zugeordnet, manchmal sogar dem öffentlich-rechtlichen WDR. Zum anderen ist in der Bevölkerung äußerst wenig bekannt, dass jeder Bürger die Möglichkeit hat, selber Bürgerfunk zu machen.

Vielfach wird keine direkte Öffentlichkeitsarbeit in Form von Pressemitteilungen, Flyern, Aufklebern etc. betrieben, es wird vielmehr der Weg der Mund-zu-Mund-Propaganda eingeschlagen. Einzelne Gruppen haben schließlich E-Mail-Verteiler ins Leben gerufen. Auf diesem Wege wird der Freundes- und Bekanntenkreis über Sendetermine informiert. Das Feedback auf die Sendungen läuft ebenfalls über diesen Kanal.

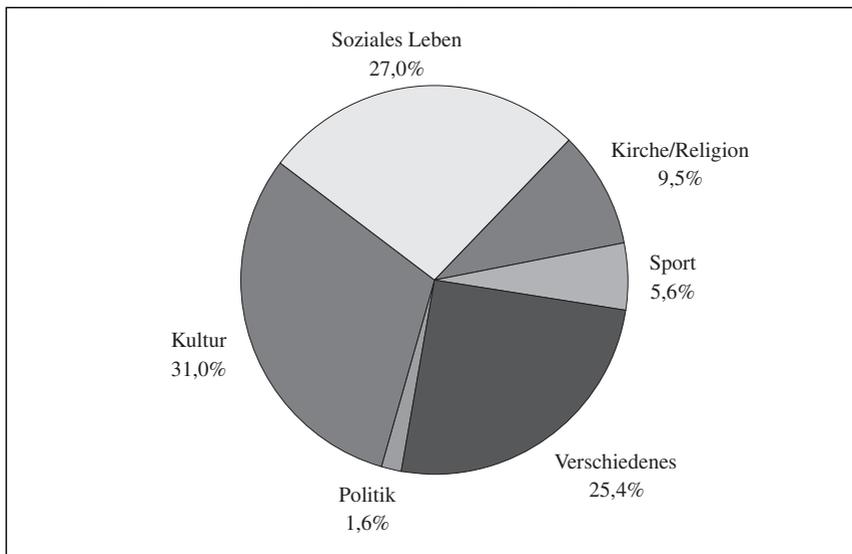
Die Einbindung bzw. Vernetzung der Bürgerfunkgruppe in das soziale und kulturelle Umfeld des Verbreitungsgebietes bzw. der Kommune wird lediglich von 22 Prozent der Bürgerfunkgruppen als „stark“ bezeichnet. Fast 29 Prozent beurteilen diese Einbindung als „schwach“ und 50 Prozent als „mittel“. Dass das soziokulturelle Umfeld das zentrale Bezugsfeld der Bürgerfunkgruppen ist, ist unstrittig, zumal sich aus diesem Feld die thematischen Schwerpunkte speisen; dies wird im folgenden Kapitel noch mal eindrücklich untermauert. Bei den lokalen Kooperationspartnern rangieren mit 32 Prozent an erster Stelle die Vereine und Verbände, an zweiter Stelle die kommunalen Ämter mit 14 Prozent. Letztere werden von den Bürgerfunkern jedoch weniger als wichtige Informationsquelle gesehen, da das offizielle Netzwerk der Verlautbarungen

eher kritisch beurteilt wird. Der Bürgerfunk habe vielmehr die Funktion, dem in den Medien unterrepräsentierten Bürger ein Forum und Sprachrohr zu bieten. Nennenswert sind noch mit 10 Prozent die Kirchen und mit 7 Prozent Schulen.

5.3.3 Thematische Schwerpunkte und publizistische Zielsetzungen

Im vorliegenden Kapitel wird der Frage nachgegangen, ob die Bürgerfunkgruppen ein klar konturiertes Profil haben, dass sich über inhaltlich-thematische Schwerpunkte oder publizistische Zielsetzungen festmachen lässt. Von den befragten Bürgerfunkgruppen geben 70 Prozent an, dass ihre Produktion auf einen inhaltlich-thematischen Schwerpunkt fokussiert ist. Die restlichen 30 Prozent verneinen hingegen eine solche Schwerpunktsetzung. Bei den Schwerpunkten rangiert an erster Stelle das Themenfeld „Kultur“ (31 Prozent), gefolgt von „Soziales Leben“ mit 27 Prozent. Dies deckt sich mit der Programm-analyse, die für beide Themenfelder im informativen Wort hohe Anteile ergibt. An dritter und vierter Stelle stehen Kirche/Religion (9,5 Prozent) und Sport (6 Prozent). Das bereits in der Programmanalyse festgestellte schwache Interesse an Politik zeigt sich auch bei der Gruppenbefragung. Hier sind es unter zwei Prozent, die Politik als ihr Schwerpunktthema benennen. Die große Restkategorie „Verschiedenes“ verweist auf die zahlreichen Special-Interest-Gruppen (Vereine), die hier jeweils ihr Spezialthema nennen.

Abbildung 5-15: Themenschwerpunkte der Bürgerfunkgruppen



Basis: 143 Befragte der Bürgerfunkgruppen-Befragung, Mehrfachnennung möglich

Der Anteil der Bürgerfunkgruppen mit einer programmlichen Orientierung auf eine bestimmte Zielgruppe beträgt 41 Prozent. Als Zielgruppe dominieren hierbei mit über 30 Prozent der Nennungen Jugendliche bzw. junge Erwachsene. Hier zeigt sich eine deutliche Korrelation zur festgestellten soziodemographischen Struktur der Bürgerfunker mit ihrem überproportional hohen Anteil an Jugendlichen. In dieser Deutlichkeit lässt sich die Beziehung zwischen einer Merkmalsausprägung in der Individualbefragung und der zielgruppenspezifischen Ausrichtung der Bürgerfunkgruppen für kein anderes Merkmal feststellen. Mit anderen Worten: etliche Bürgerfunksendungen beinhalten ein *von* Jugendlichen *für* Jugendliche produziertes Programm. Dies verweist bereits auf die wichtige Jugendarbeit, die in einigen Radiowerkstätten geleistet wird (s. u.). Weitere explizit genannte Zielgruppen sind Senioren, Frauen, aber auch Randgruppen wie z. B. Migranten. Zusammengefasst richten sich 17 Prozent der zielgruppenorientierten Bürgerfunkgruppen auf diese Zielgruppen. Deziert als Zielgruppe genannt wurden mit 14 Prozent auch „Musikinteressierte“.

Deutliche Konturen gewinnt eine Bürgerfunkgruppe durch die Kombination von thematisch-inhaltlicher Schwerpunktsetzung und einem Zielgruppenkonzept: Z. B. behandelt eine Bürgerfunkgruppe inhaltlich Themen rund um die Lebenswirklichkeit älterer Menschen und hat gleichzeitig die Senioren als klare Zielgruppe im Fokus.

- Diese Kombination einer thematisch-inhaltlichen Schwerpunktsetzung gekoppelt mit einem Zielgruppenkonzept haben 36 Prozent der Bürgerfunkgruppen.

Eine inhaltlich-thematische Schwerpunktsetzung und/oder eine Zielgruppenkonzeption lenkt die Ausrichtung der Produktion einzelner Bürgerfunkgruppen stark in eine bestimmte Richtung bzw. „bindet“ die Bürgerfunker an ein spezifisches Themenfeld. Etwas anderes sind die „publizistischen Ziele bzw. redaktionellen Konzepte (Leitbilder, Zielsetzungen, Beweggründe, Absichten)“ der Bürgerfunkgruppen, die ebenfalls abgefragt wurden. 81 Prozent der Befragten gaben an, solche publizistischen Ziele zu verfolgen. Auf die offene Frage nach diesen Zielen nannten hiervon 47 Prozent „Information/Aufklärung/Interesse wecken“ als Konzeption. Wenn man die knapp 20 Prozent der Bürgerfunkgruppen ohne publizistische Zielsetzung rechnerisch berücksichtigt, dann sind es rund 43 Prozent *aller* Bürgerfunkgruppen, die eine auf allgemeine Informationsvermittlung zielende publizistische Ausrichtung verfolgen. Nicht ausgeschlossen ist hierbei, dass sich diese Informationsvermittlung primär an einzelne Zielgruppen richtet. Demgegenüber richtet sich das publizistische Ziel von 22 Prozent aller Bürgerfunkgruppen eher auf Informationsvermittlung zu verschiedenen Special-Interest-Themen.

5.3.4 Typen von Bürgerfunkgruppen

Ähnlich wie bei den Bürgerfunkern als Person wird nachfolgend auch für die Bürgerfunkgruppen eine Typenbildung vorgenommen. Methodisch handelt es sich auch hier um eine Clusteranalyse, in der verschiedene Merkmalsausprägungen zusammengefasst werden: Dies sind die inhaltlich-thematische Schwerpunktsetzung, die letzten fünf von der Bürgerfunkgruppe produzierten Sendungstitel, die Zielgruppenkonzeption und publizistische Zielsetzung.

Tabelle 5-2: Typisierung der Bürgerfunkgruppen

Typ	Anteil der Gruppen (ca.)
Radiomacher	40 %
Themenorientierte	33 %
Informationsvermittler	15 %
Musikorientierte	10 %

Basis: 144 Befragte der Bürgerfunkgruppen-Befragung

Der erste Befund dieser Clusteranalyse ist darin zu sehen, dass 40 Prozent aller untersuchten Bürgerfunkgruppen sich einer dezidierten Festlegung entziehen. Diese Bürgerfunkgruppen haben wir als *Radiomacher* bezeichnet. Das Kernziel der Gruppe ist die Produktion von Sendungen und Beiträgen für den Hörfunk, ohne dass sich hiermit eine „extreme“ Fokussierung auf *ein* Thema, *eine* Zielgruppe und ein hierauf bezogenes *publizistisches Konzept* erkennen lässt. Das heißt nicht, dass hierunter subsumierte Gruppen keinen thematisch-inhaltlichen Schwerpunkt angegeben hätten. Aber in der Kombination aller Merkmale, also inklusive der tatsächlich realisierten Sendungen, reichen die Merkmalskombinationen nicht für eine signifikante andere Typenbildung aus. In solchen Gruppen finden sich sicherlich Bürgerfunker mit unterschiedlichen intrinsischen Motiven wieder. Gruppenintern dominiert aber kein bestimmtes Kernmotiv.

Den zweitstärksten Typus bilden die *Themenorientierten* mit einem Anteil von 33 Prozent. Diese Gruppen produzieren ausschließlich Beiträge zu Special-Interest-Themen (Karneval, Tiere, Jagd etc.) oder für eine deutlich angesprochene Zielgruppe wie Senioren, Frauen, Schüler. Hierin enthalten sind auch sozial Engagierte und christlich orientierte Bürgerfunkgruppen. Zentrales Merkmal dieser Gruppen ist ihre klare Ausrichtung auf ein spezifisches Themenfeld oder eine klar umrissene Zielgruppe. In diesen Gruppen finden sich als Bürgerfunkertypus primär die „Vereinsaktivisten“, aber auch „Partizipationsorientierte“.

Den dritten Typus bilden die *Informationsvermittler* mit 15 Prozent. Dies sind Bürgerfunkgruppen, die sich in ihrer Produktion eindeutig auf das informierende Wort richten, mit ihrer Produktion aber keine singuläre Zielgruppe ansprechen wollen. Das publizistische Konzept dieser Gruppen lautet schlicht

„Informationsvermittlung“, ohne dies stark auf ein Themenfeld zu fokussieren. Mitglieder solcher Gruppen sind zum Großteil die „partizipationsorientierten“ Bürgerfunker.

Den in der Rangfolge letzten Typus bilden die *Musikorientierten* mit 10 Prozent. Dies sind Bürgerfunkgruppen, die ihre Produktion weitgehend auf Musikmagazine ausrichten und als inhaltlichen Schwerpunkt Musik angeben, ggf. bei Zielgruppenorientierung „Musikinteressierte“ nennen und kein publizistisches Konzept verfolgen (ggf. wird hier Unterhaltung genannt). Diese Gruppen sind die „Heimat“ der Bürgerfunker mit der intrinsischen Motivation „Musikenthusiasmus“, teilweise finden sich hier auch die „Berufseinsteiger“.

Nachfolgend werden die hier skizzierten Typen von Bürgerfunkgruppen anhand von Fallbeispielen verdeutlicht.

Radiomacher

„Zwischen Weser und Diemel“ (Bürgerradio Beverungen, Höxter/Paderborn) ist ein regelmäßiges Mischmagazin, das jeden Freitag ausgestrahlt wird. In der Anmutung ist dieses Magazin sehr stark orientiert an kommerziellem Radio (ein Produzent nennt „Hit-Radio Antenne“ als Vorbild). Dementsprechend klingt das Musikformat, die Regiemoderation besteht überwiegend aus Stations- und Zeitansagen, Jingles werden eingespielt und fragmentieren das Programm, Veranstaltungshinweise sind musikunterlegt, das Sprechertempo ist schnell und artifizial. Die eingespielten Beiträge sind eher unpolitisch (z. B. Passantenbefragung zu aktuellen Modetrends) und orientieren sich ebenfalls an dem Wortformat kommerzieller Radiokollegen (Dauer 1:30 Minuten). Die Beiträge der Sendung werden vorproduziert; die Sendung selbst wird 1 : 1, also quasi live gefahren, kleine Versprecher werden nicht nachträglich herausgeschnitten. Man orientiert sich vielmehr an professionellem Radiomachen unter Realbedingungen.

Die Sendung „Bakelit Radio“ (Tiere im Kulturdschungel, Bielefeld) wird von zwei langjährigen und leitenden Mitarbeitern (u. a. einem „Urgestein“ des Bielefelder Bürgerfunks) produziert. Die Sendung läuft seit mehreren Jahren, hat teilweise schon Kultcharakter bei denjenigen Hörern, die sich für „schräge“ Formen und Themen interessieren. Die beiden (manchmal drei) Produzenten schwadronieren über Themen, die auf der Straße liegen und/oder Bielefelder Lokalkolorit aufweisen.

Themenorientierte

Das russisch-deutsche Magazin „Dobry Wetscher“⁵⁴ (LORA, Bonn) wird jeden zweiten Montag von 21–22 Uhr und jeden vierten Freitag von 20:30–21:30 Uhr

54 In der Übersetzung: „Guten Abend“.

ausgestrahlt. Die Gruppe hat neun Mitglieder, wobei neben überwiegend russischsprachigen Teilnehmern auch einheimische Deutsche dabei sind. Es gibt eine sehr große russischsprachige Community in Bonn und Umgebung. Ziel der Gruppe ist es, historische und kulturelle Berührungspunkte zwischen Deutschland und Russland zu thematisieren. Dabei geht es um historische Personen, Künstler, Schriftsteller, Musiker, die aus Deutschland stammen und in Russland waren und umgekehrt, d.h. interessante Menschen werden vorgestellt, die eine Verbindung nach Deutschland und Russland haben, die für jedermann interessant sind. Als journalistische Darstellungsformen kommen Interviews, Feature und Hörspiele (professionelle Regie) zum Einsatz. Es werden meistens Interviews mit russisch sprechenden Personen geführt, die hier in Deutschland bereits Fuß gefasst haben, um Vorbildfunktion für andere Russischstämmige zu sein.⁵⁵ Man ist bestrebt, in gewisser Weise Integrationsarbeit zu leisten, die Stimmung bei den Menschen zu verbessern, Leute einzuladen, sie zur Mitarbeit beim Radio zu gewinnen. Die Sendungen sind zweisprachig angelegt: 3 Minuten russisch, 3 Minuten deutsch. Thematische Schwerpunkte waren bisher: Führung im Kunstmuseum mit älteren Menschen, Tutanchamun-Ausstellung, russischsprachiger Führer; Wassilij Kandinsky und Gabriele Münter; Heinrich Vogeler (1943 gestorben in Russland, Grab und Denkmal in Kasachstan); Ernst Barlach. Verschiedene Sendungen wurden bereits für den Unterricht an Schulen in Russland eingesetzt. Von den Sendungen werden Kopien auf CD hergestellt und auf Nachfrage hin auch vertrieben.⁵⁶

„Nord-Süd-Blick“ (Medienforum Duisburg) ist eine entwicklungspolitische Sendung, die es seit 1998 gibt. Früher gab es einen sporadischen Senderhythmus, zwischenzeitlich wurde daraus ein fester Sendeplatz. Die Sendung wird sechs- bis achtmal pro Jahr ausgestrahlt, d.h. jeden zweiten Monat. Produziert wird sie von ein oder zwei Personen. Ihr Ziel ist es, interkulturelle, entwicklungspolitische, teilweise umweltpolitische Themen in Duisburg zu verankern und publik zu machen. In Duisburg gibt es 40–50 Dritte-Welt-Initiativen, deren Arbeit vorgestellt werden soll (politische Kampagnen mit Lokalbezug, entsprechende Schulprojekte, spezielle Aktionen in Duisburg). Die Sendung ist ein Sprachrohr für alle Dritte-Welt-Gruppen. An Themen mangelt es nicht, aber ein Problem ist, willige Studiogäste zu finden, die in die Sendung kommen. Hintergrund ist der Zeitmangel der Aktiven sowie das geringe Zutrauen der Gruppen bzw. Einzelpersonen, vor dem Mikrofon zu sprechen. Wenn die Gruppen nicht bereit sind ins Studio zu kommen, bemüht sich die Bürgerfunkgruppe, deren Themen mit aufzugreifen, vorzustellen und in die Sendung einzubringen.

55 Viele russisch sprechende Personen leiden hier in Deutschland an Depressionen, sprechen schlecht deutsch, haben weder Arbeit noch eine andere sinnvolle Beschäftigung.

56 Diese Praxis des CD-Vertriebs von Programm Mitschnitten bzw. auch nicht ausgestrahlten Produktionen ist ebenfalls bei anderen Bürgerfunkgruppen bzw. Radiowerkstätten üblich.

Die Sendung der Seniorengruppe „Studio A“ (GfB, Bielefeld) wird einmal monatlich um 18 Uhr für eine Stunde ausgestrahlt. Die Gruppe hat vier Mitglieder (existiert seit 2000), vor der Spaltung waren es einmal acht Personen. (In 2001 war der Kooperationspartner von „Studio A“ der „AWO Radio-Klub Bielefeld“.) Die Gruppensprecherin fand Zugang zum Bürgerfunk über eine Zeitungsannonce, als eine Bürgerfunkgruppe aufgebaut werden sollte. Sie ist von Anfang an dabei. Persönliche Motivation waren Lernen, Kontakt mit Menschen, allgemein im Alter fit bleiben sowie das Ehrenamt. Die Themenfindung speist sich ganz allgemein über den Wissensdurst. Die Mitarbeiterin stellt schriftliche Anfragen zu allen möglichen wissenswerten Themen und setzt diese dann mit den anderen Gruppenmitgliedern redaktionell um. Wichtig für die aktuelle Arbeit ist die gründliche Recherche; die Sendung ist ansonsten „zeitlos aktuell“.

Informationsvermittler

Das „Bürgerfunk-Magazin“ (Medienforum Duisburg) wird jeden zweiten Samstag im Monat abends eine Stunde ausgestrahlt. Die Gruppe hat derzeit drei Mitglieder (eine Bürgerfunkerin ist bereits seit 1990 dabei). Pro Magazinsendung werden vier bis sechs Themen vorbereitet, u. a. ein zweimal fünfminütiges Studiosgespräch. Hier werden auch Beiträge von Gruppen untergebracht, die keine komplette Sendung bestreiten können (z. B. „Senioren auf Draht“). Die Themenauswahl hat meist Lokalbezug und ist neigungsabhängig, u. a. gibt es auch Buchbesprechungen, Reiseberichte (mit landeskundlichem Hintergrund), Glossen (bei persönlichen Ärgerelebnissen). Themen des Magazins waren z. B.: Hospizbewegung, Ballonfahrt, 50er Jahre, Wohnen im Alter, private Verschuldung, Aberglauben, Zahnarzt-Gesetz, Bahnhofsmision.

Musikorientierte

„Talentrevue“ ist die Sendung des Vereins „Auftakt e.V.“ (Tiere im Kulturschöngel, Bielefeld), in der regionale bzw. lokale Musikschaffende vorgestellt werden. Die Sendung wird von einer Mitarbeiterin gestaltet (ein häufiger zu beobachtendes Phänomen, dass Musiksendungen vielfach von einzelnen Bürgerfunkern produziert werden). Zweimal im Monat wird die „Talentrevue“ ausgestrahlt, d. h. alle 14 Tage eine halbe Stunde.

„Sweet Beat Radio Show“ (BI Bürgerwache, Bielefeld) ist eine musikredaktionelle Sendung, die einmal im Monat, freitags um 20 Uhr ausgestrahlt wird. Die Produzentengruppe existiert seit dem Jahr 2000. Anfangs als Reserve gedacht, hat sie sich jetzt als Gruppe mit festem Sendeplatz etabliert und wird momentan von zwei Personen erstellt. Die Sendung versteht sich als Subkultur-Radio, außerhalb des Mainstreams. Ihr Ziel ist, Interessierten Musik nahe zu

bringen, Neuvorstellungen von Alben und Bands. Verbunden ist damit auch eine inhaltliche Auseinandersetzung, z. B. ein größerer Beitrag über die Entstehungsgeschichte des Soul-Labels Motown oder Verbindungen herzustellen zum politischen Hintergrund der 60er Jahre.

5.4 Die Radiowerkstätten

5.4.1 Einleitung

Die Bürgerfunkproduktionsstätten – kurz Radiowerkstätten genannt – bilden das Rückgrat, für eine an professionellen Hörfunkstandards ausgerichtete Programmproduktion. Dieser technisch-organisatorische „Backbone“ ersetzt in NRW diejenigen Einrichtungen, die in anderen Bundesländern als Offene Kanäle-Hörfunk erscheinen. Ihre wesentliche Aufgabe besteht in der technischen, organisatorischen und redaktionellen Produktionshilfe für die Bürgerfunkgruppen. Ohne das Equipment, die Räume und das Personal der Radiowerkstätten wäre die Produktion von Hörfunkbeiträgen für radiojournalistische Laien, wie es die Bürgerfunker sind, kaum möglich.

Um als anerkannte Radiowerkstatt in NRW zu gelten, sind einige Mindeststandards die Voraussetzung. Die LfM prüft anhand ihrer Satzung (siehe Kap. 2.3), ob diese Voraussetzungen gegeben sind und erteilt dann ggf. die Anerkennung. Die technischen Bedingungen sind dabei so beschaffen, dass die Ausstattung der Radiowerkstätten eine professionelle Produktion ermöglicht.

Nachfolgend wird die grundlegende Topologie der Landschaft der Radiowerkstätten in NRW nachgezeichnet und hierbei folgende Bereiche in den Blick genommen:

- Infrastruktur und Produktionspraxis
- Thematisch-inhaltliche Ausrichtung
- Organisatorische Einbindung
- Außenbeziehungen
- Typenbildung

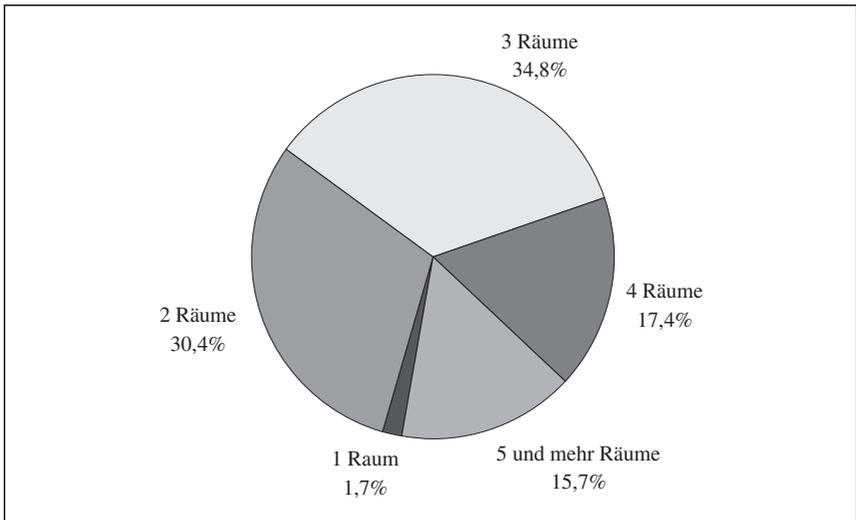
5.4.2 Infrastruktur und Produktionspraxis

Bei der technischen Grundausstattung sorgen die Vorgaben der LfM für eine gewisse einheitliche Mindestausstattung, wobei an etlichen Standorten darüber hinausgehendes Equipment vorhanden ist.⁵⁷ Ein wichtiger Parameter für die

⁵⁷ Viele Radiowerkstätten betonen, dass sie die technischen Standards bereits umgesetzt hatten, als die LfM die Umsetzung neuer Vorgaben einforderte.

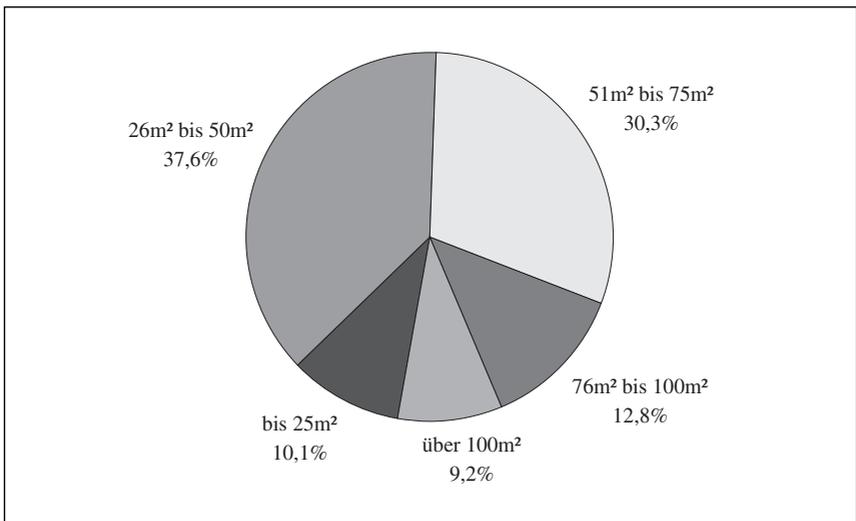
Leistungsfähigkeit ist ferner die räumliche und personelle Ausstattung der Radiowerkstätten.

Abbildung 5-16: Raumausstattung der Radiowerkstätten



Basis: 115 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

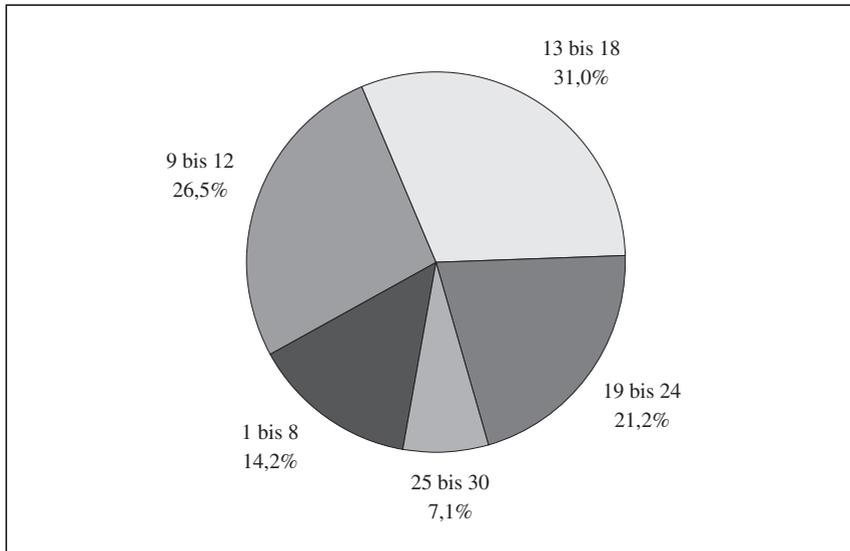
Abbildung 5-17: Flächenausstattung der Radiowerkstätten



Basis: 109 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

Die Raum- und Flächenausstattung der Radiowerkstätten ist *kein* Indikator für den Umfang und die Qualität ihrer Leistungen. So gibt es Radiowerkstätten, die ihr Domizil z. B. in umgebauten Garagen, Kellerräumen, Küchen, Ladenlokalen oder Privatwohnungen haben, deren Produktionsleistung anderen Radiowerkstätten mit professionellem Erscheinungsbild jedoch in nichts nachstehen.

Abbildung 5-18: Durchschnittliche Studioauslastung der Radiowerkstätten – Tage pro Monat



Basis: 113 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

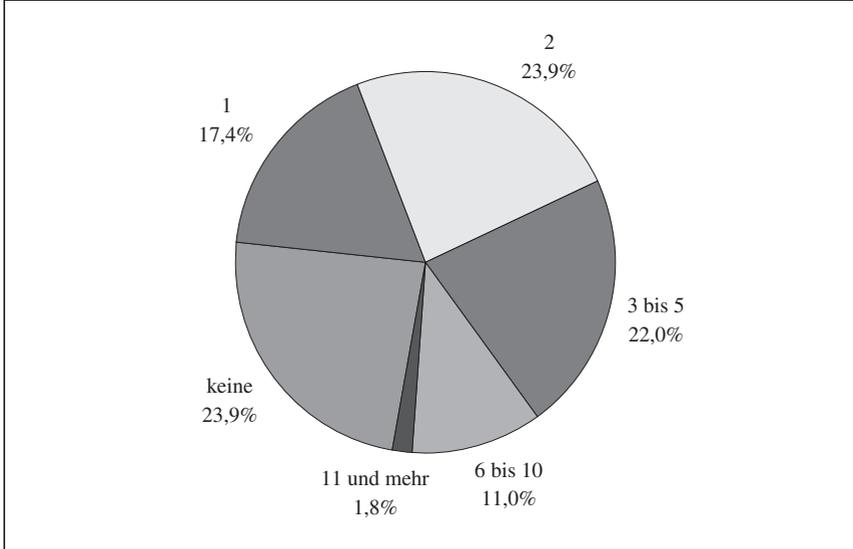
Bei der personellen Ausstattung der Radiowerkstätten sind zwei Gruppen zu unterscheiden: Personen, die haupt- oder nebenberuflich bzw. gegen Honorar tätig sind und Ehrenamtliche. Hier zeigen die Ergebnisse, dass die ehrenamtliche Tätigkeit in den Radiowerkstätten eine große Rolle spielt. Fast 24 Prozent aller Radiowerkstätten haben überhaupt kein gegen Entgelt arbeitendes Personal. Andererseits sind in über 45 Prozent der Radiowerkstätten zwei bis fünf entlohnte Mitarbeiter vorhanden. Wie viel Prozent des gesamten Arbeitsaufwandes in den Radiowerkstätten von Ehrenamtlichen ausgeübt wird, ist ebenfalls erfragt worden. Hier zeigt sich, dass in knapp einem Drittel aller Radiowerkstätten über 75 Prozent der anfallenden Arbeiten von Ehrenamtlichen erbracht werden. Bürgerfunkgruppen und die „Produktionshelfer“ der Radiowerkstätten sind häufig beiderseits von einem ehrenamtlichen Engagement bestimmt. Hierin ist ein deutlicher Unterschied zum Konstruktionsprinzip institutionalisierter Offener Kanäle-Hörfunk in anderen Bundesländern zu sehen.

In der Regel ist es dort so, dass die Produktionshilfe von den hauptamtlichen Mitarbeitern der Offenen Kanäle als „Serviceleistung“ für die Nutzer der Offenen Kanäle erbracht wird. Im System des Bürgerfunks in NRW wird hingegen auch ein erheblicher Teil des technischen und redaktionellen Supports ehrenamtlich erbracht.

Hierdurch kommt es nicht selten zu einer Funktionsvermischung bzw. Rollenidentität. Man ist Bürgerfunker und „Betreiber“ der Radiowerkstatt zugleich, was nicht immer ganz unproblematisch ist. Solange die Gruppenbetreuer der Radiowerkstatt die Bürgerfunkgruppen lediglich unterstützen im zur Verfügung stellen der technischen Infrastruktur sowie des Know-how bei der Produktion, erfüllen sie ihre originäre Aufgabe. In manchen Fällen kommt es allerdings zu einer Funktionsverschränkung, nämlich dann, wenn das „Personal“ der Radiowerkstatt gleichzeitig *vor* dem Mikrofon sitzt und inhaltlich (federführend) an der Produktion mitwirkt. Als Beobachtungen einer entsprechenden Produktionspraxis bei verschiedenen Radiowerkstätten sind zum einen zu nennen der Leiter der Radiowerkstatt FARA in Aachen, der regelmäßig Interviews führt in der Live-Sendung „Talk am Donnerstag“; zum anderen produziert der Leiter vom Bürgerradio Beverungen als „Selbstfahrer“⁵⁸ regelmäßig Ausgaben des Magazins „Zwischen Weser und Diemel“; und schließlich moderiert der Leiter von Sender RIO in Duisburg gleich mehrere Magazine bzw. Sendungen, so dass sich bei der Hörschaft der Eindruck aufdrängt, Sender RIO sei personenidentisch mit dem Leiter. Im Rahmen der Beobachtung möglicher Funktionsverschränkungen konnte jedoch *nicht* festgestellt werden, dass Hauptamtliche bzw. Leiter von Radiowerkstätten *mit Trägerschaft* (Kirche, VHS, Gewerkschaft) sich aktiv als Bürgerfunker betätigt hätten.

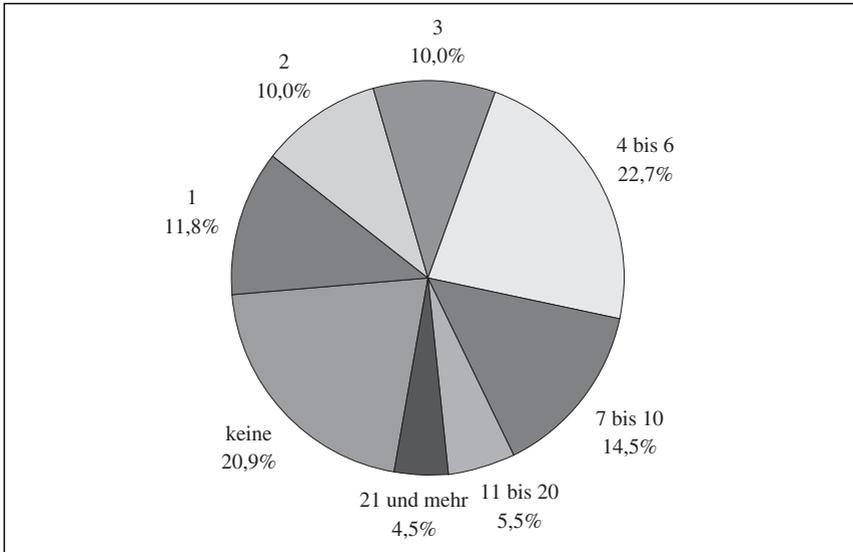
58 Als „Selbstfahrer“ werden multifunktionale Mitarbeiter des Hörfunks bezeichnet, die eine Sendung moderieren, die Musikauswahl treffen und gleichzeitig die technische Abwicklung vollziehen, d.h. alle Beiträge, Jingles etc. vom Band einspielen, aussteuern, abmischen etc., so dass am Ende die sendefertige Produktion steht.

Abbildung 5-19: Personalausstattung der Radiowerkstätten mit Mitarbeitern gegen Entgelt



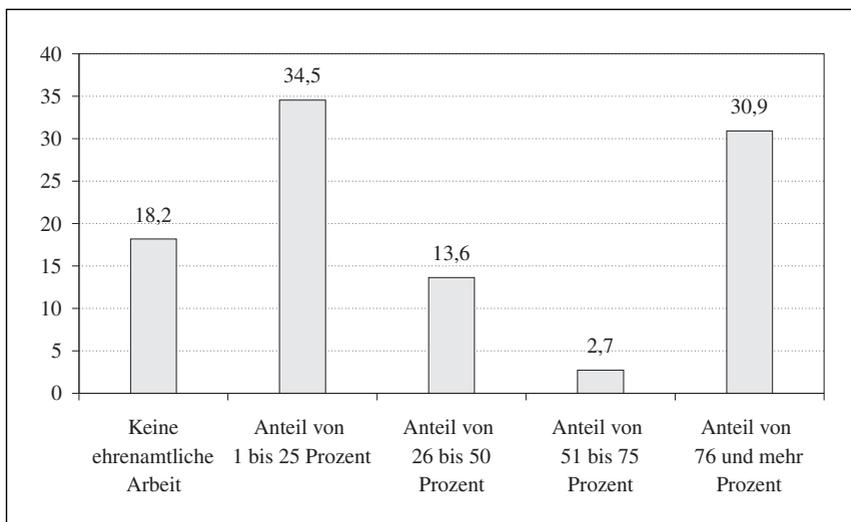
Basis: 109 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

Abbildung 5-20: Anzahl von Ehrenamtlichen in ihrer Verteilung auf Radiowerkstätten



Basis: 110 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

Abbildung 5-21: Anteile des Arbeitsumfangs der Ehrenamtlichen in Prozent des gesamten Arbeitsaufwandes

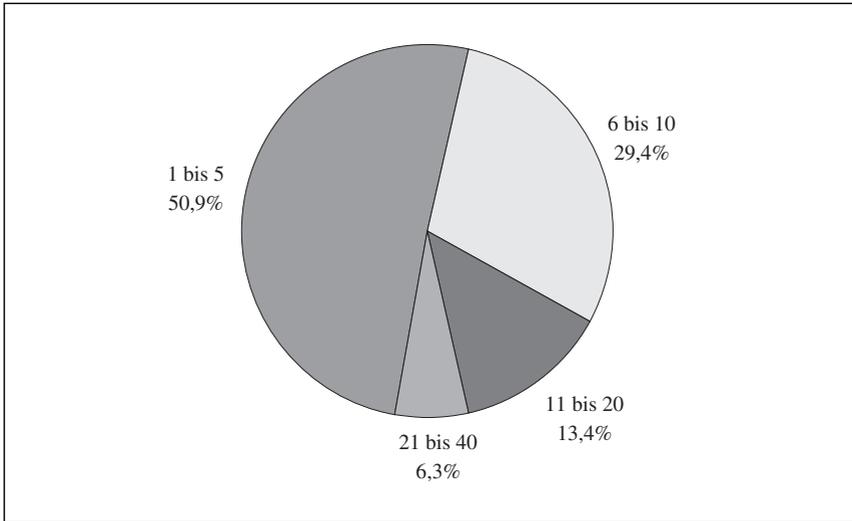


Basis: 110 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

Für das Verhältnis zwischen entlohten und ehrenamtlichen Mitarbeitern ergibt sich als Modalwert, also als häufigste vorkommende Kombination, ein bis zwei entlohnte und drei bis fünf ehrenamtliche Personen.

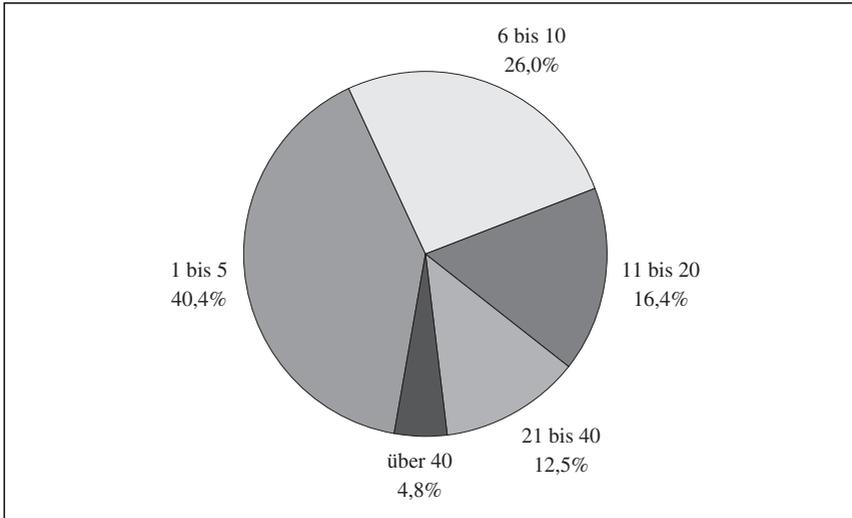
Betrachtet man die Radiowerkstätten unter dem Aspekt der von ihnen betreuten Bürgerfunkgruppen, zeigt sich ein breites Spektrum. Die Mehrzahl der Radiowerkstätten betreut sowohl regelmäßig als auch sporadisch produzierende Gruppen. Es gibt vereinzelt jedoch Radiowerkstätten, die entweder nur regelmäßige oder nur sporadische Bürgerfunkgruppen haben. Auch die Anzahl der betreuten Bürgerfunkgruppen streut erheblich. Über die Hälfte der Radiowerkstätten kümmert sich um bis zu fünf, fast 30 Prozent um bis zu zehn regelmäßige Bürgerfunkgruppen. Bei Radiowerkstätten mit sehr vielen Bürgerfunkgruppen ist der Anteil der sporadischen Gruppen meist deutlich höher als derjenige der regelmäßig Produzierenden.

Abbildung 5-22: Anzahl der regelmäßig produzierenden Bürgerfunkgruppen pro Radiowerkstatt im Jahr 2003



Basis: 112 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

Abbildung 5-23: Anzahl der sporadisch produzierenden Bürgerfunkgruppen pro Radiowerkstatt im Jahr 2003



Basis: 104 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

In Relation zur Anzahl der Bürgerfunkgruppen steht der Output der einzelnen Radiowerkstatt in Sendeminuten: Je größer die Zahl der betreuten Gruppen, desto höher ist in der Regel auch das Programmvolumen. Auch hier existiert ein entsprechend breites Spektrum von unter einer Stunde pro Monat bis zu 40 Stunden pro Radiowerkstatt.

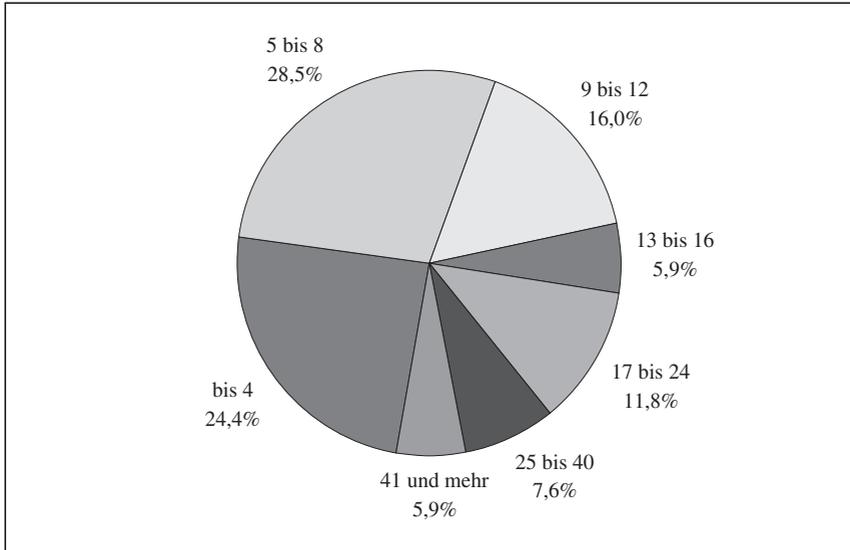
Die Organisationsform von Radiowerkstätten ist unterschiedlich: Einerseits wird das Konzept „Vielfalt durch Bürgerfunkgruppen“ umgesetzt, d. h. das Spektrum verschiedener gesellschaftlicher Gruppen kommt zum Tragen, andererseits das Konzept des Redaktionsteams. Im letzteren Fall werden zu bestimmten Themen immer wieder neue Gruppenkonstellationen generiert.

Von 150 Radiowerkstätten arbeiten 11 nach dem Konzept der Redaktionsteams.⁵⁹ Vier dieser Redaktionsteams kommen aus dem Verbreitungsgebiet Köln, wo mit neun die meisten Radiowerkstätten pro Verbreitungsgebiet angesiedelt sind und eine bunte Vielfalt an Themen anzutreffen ist. In Köln herrscht auch ein auffällig gutes Verhältnis zwischen dem Lokalradio und dem Bürgerfunk. Ebenfalls zu beobachten ist eine gute Selbstorganisation der Radiowerkstätten, die sich in Köln zur ARGE zusammengeschlossen haben. Ein Beispiel für diese erfolgreiche Kooperation sind die sog. Themenwochen: Alle Radiowerkstätten verständigen sich einmal im Jahr auf eine themenspezifische Woche, die dann in dem formatgetreuen Magazin „Rheintime“ täglich von 19–20 Uhr umgesetzt wird. Jede Radiowerkstatt trägt einen spezifischen thematischen Aspekt zu diesem Gemeinschaftsprojekt bei. Inhaltliche Beispiele hierfür sind die Vorstellung einzelner Kölner Stadtteile sowie „Trauer, Hospiz, Sterbebegleitung“.

Auf der Ebene der Trägerschaft fällt am Standort Köln auf, dass sich vier dieser Radiowerkstätten dem katholischen Einzugsbereich zuordnen lassen und zwei weitere aus dem kirchlichen Bereich kommen.

59 Katholisches Bildungswerk Bonn, AG Vorgebirgsstudio Merten in (Bonn), FFFZ Medienhaus Düsseldorf, Falken-Studio Essen, Bürgerfunkstudio Welle West (Heinsberg), Katholisches Bildungswerk Köln, Studio Eck (Köln), Bild und Ton Colonia (Köln), FöV. Lokaler Rundfunk Köln, Katholische Familienbildungsstätte Leverkusen, Katholisches Bildungswerk Wuppertal.

Abbildung 5-24: Sendevolumen der Radiowerkstätten in Stunden pro Monat

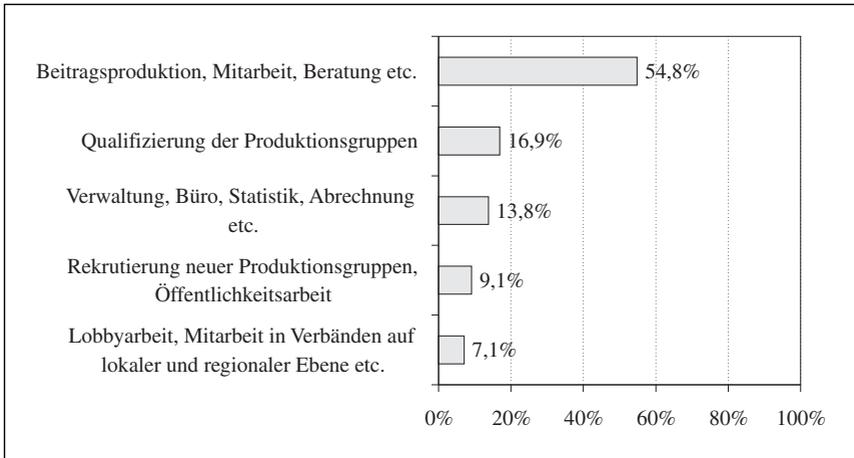


Basis: 119 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

Die Arbeitsaufgaben einer Radiowerkstatt umfassen ein großes Bündel von Leistungen, die unterschiedliche Anteile am Gesamtaufwand der Radiowerkstätten ausmachen. Die Betreuung der Beitragsproduktion umfasst dabei nur etwas über die Hälfte (55 Prozent) des Gesamtaufwandes, den eine Radiowerkstatt betreiben muss. An zweiter Stelle rangiert mit 17 Prozent die Qualifizierung der Produktionsgruppen und bereits an dritter Stelle stehen Verwaltungsarbeiten (14 Prozent). Der Verwaltungsaufwand wird von den Radiowerkstätten insgesamt als zu hoch eingeschätzt. Für die Rekrutierung neuer Produzenten, die Öffentlichkeitsarbeit und Lobbyarbeit sowie Vernetzungsaktivitäten verbleibt insgesamt wenig Zeit.

Neben ihrer Kernaufgabe erfüllen etliche Radiowerkstätten einen Zusatznutzen. So gibt es verschiedene Projekte mit sozialpädagogischer Ausrichtung, die von den Radiowerkstätten durchgeführt werden. Hier wird gesellschaftspolitisch wichtige integrative Arbeit geleistet. Hierfür nur ein Beispiel aus der Radiowerkstatt LORA in Bonn und ihrem Projekt „Schwererziehbare“. Die destruktive nihilistische Lebenshaltung der schwererziehbaren Jugendlichen wurde mittels eines Radioprojekts in eine positive, konstruktive, verantwortungsvolle Mit- und Zusammenarbeit transformiert. Dieses sozialpädagogische Engagement der Radiowerkstätten vor Ort als Teil der Vernetzungstätigkeit ist quasi „verdeckte Arbeit“.

Abbildung 5-25: Umfang der Arbeitsaufgaben der Radiowerkstätten und ihr Anteil am Gesamtaufwand



Basis: 117 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

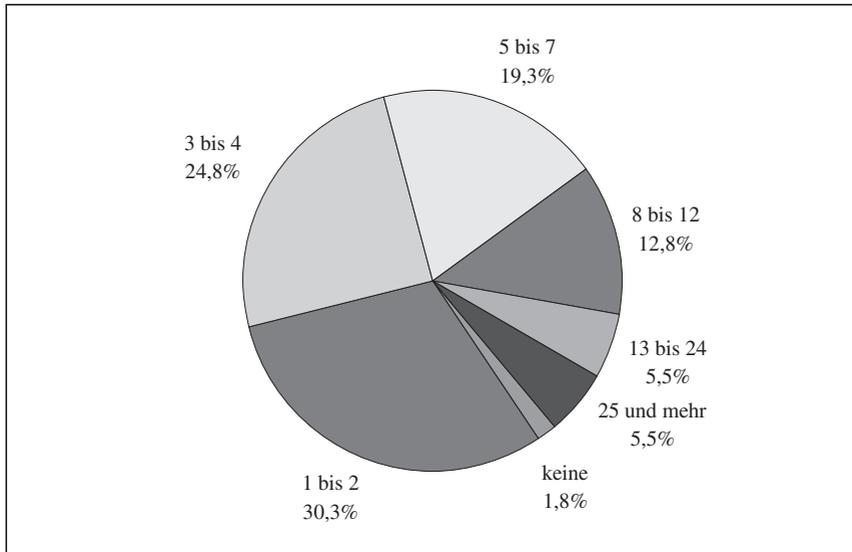
Der Anteil an Qualifizierungsmaßnahmen, den die einzelnen Radiowerkstätten pro Jahr anbieten, ist recht unterschiedlich. Bis zu zwei Qualifizierungsmaßnahmen pro Jahr bieten rund 32 Prozent an, zwischen drei bis fünf Maßnahmen ebenfalls 32 Prozent.⁶⁰

Eine Qualifizierung der Bürgerfunker ist nahezu durchweg notwendig, da selten das erforderliche technische und journalistische Vorwissen vorhanden ist. Qualifizierungsmaßnahmen werden von den Radiowerkstätten meist nicht regelmäßig oder zu festen Terminen angeboten, da nicht immer gewährleistet ist, ob das Angebot auch entsprechend genutzt wird, so dass Kurse mangels Nachfrage gar nicht zustande kommen. Qualifizierungen werden deshalb vorwiegend situationsgebunden bei der konkreten Radioarbeit oder im jeweiligen Projekt vorgenommen, d. h. wenn eine Person bzw. eine Gruppe sich eines Themas annimmt, findet eine begleitende Qualifizierung statt (Technik, Recherche, Vermittlung der Beitragsformen, Sprechertraining etc.). Darüber hinaus wird die Schulung in vielen Fällen auf die persönlichen Vorlieben (Wunsch, Begabung und Fähigkeiten) zugeschnitten, d. h. nicht alle Bürgerfunker müssen beispielsweise eine Technikeinführung absolvieren oder eine Sprecherschulung vornehmen. Dennoch gibt es einzelne Radiowerkstätten, die Wert darauf legen, dass eine umfassende Qualifizierung stattfindet, sowohl im Hinblick auf eine ganzheitliche Ausbildung im Bürgerfunkbetrieb als auch für eine

⁶⁰ An dieser Stelle ist jedoch keine Aussage darüber getroffen, welchen zeitlichen Umfang diese Maßnahmen jeweils hatten, wie viele Teilnehmer daran teilgenommen haben, welche Inhalte vermittelt wurden etc.

mögliche berufliche Perspektive.⁶¹ Bei einmaligen oder seltenen Produktionen (z. B. von NGOs oder Vereinen) übernehmen die Mitarbeiter der Radiowerkstatt diese Funktionen, da sich eine gesonderte Schulung nicht lohnt.⁶²

Abbildung 5-26: Anzahl der Qualifizierungsmaßnahmen der Radiowerkstätten pro Jahr



Basis: 109 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

Die Lokalsender haben schließlich auch ein Eigeninteresse – zur Qualitätssicherung des Programms bzw. zur Verringerung des Bruches zwischen Lokalradio- und Bürgerfunkprogramm – und beteiligen sich an Weiterbildungsmaßnahmen für die Bürgerfunker mit Redakteuren aus dem eigenen Haus.

Eine erwähnenswerte Form kontinuierlicher Qualifizierungsmaßnahmen besteht im sog. Aircheck. In einigen Radiowerkstätten werden die Produktionen durch qualifizierte Mitarbeiter der Radiowerkstatt abgehört und über

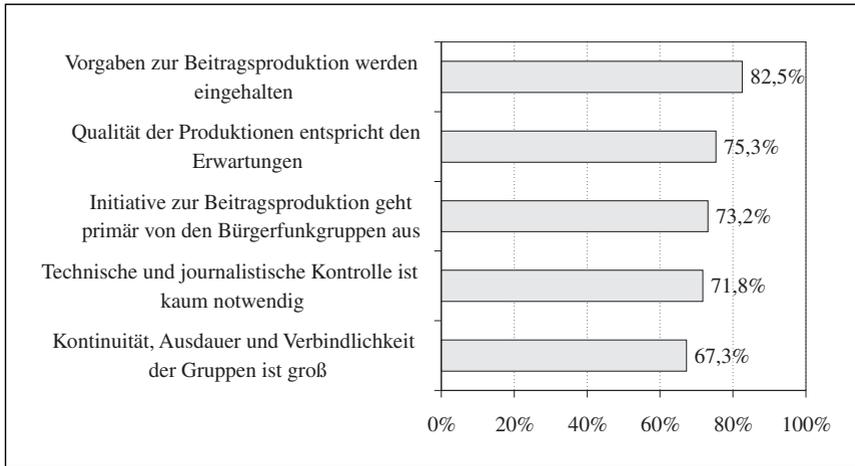
61 Dass die Qualifizierung im Bürgerfunkbereich von öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunk-, aber auch Fernsehsendern geschätzt wird, belegen zahlreiche Abwerbungen bzw. berufliche Biographien, über die die Mitarbeiter der Radiowerkstätten zu berichten wissen. Danach kann im Grunde jede Radiowerkstatt darauf verweisen, dass aus ihren Reihen Mitarbeiter im Lokalradio, bei der Lokalpresse, im WDR oder beim Musiksender VIVA gelandet sind. Welch teilweise wichtige Funktion der Bürgerfunk damit für die Ausbildung von Journalisten hat, wird an anderer Stelle thematisiert (siehe „Berufseinsteiger“).

62 Aufgrund des ohnehin hohen ehrenamtlichen Engagements haben diese Personen keine Zeit für zusätzliche Qualifizierungsmaßnahmen, die zudem nicht lohnen, da der Radioauftritt zu selten stattfindet. Das Erlernete muss jedoch im Tagesgeschäft immer wieder geübt bzw. praktiziert werden, um eine effiziente und befriedigende Bürgerfunkerarbeit zu gewährleisten. Diese Gruppen werden deshalb auch vergleichsweise intensiv von Mitarbeitern der Radiowerkstatt – Kommunikations- und Produktionshelfer, Gruppenbetreuer – unterstützt.

Qualität bzw. Qualitätsmängel konstruktive Gespräche mit den beteiligten Bürgerfunkgruppen geführt.

Insgesamt haben die Leiter der Radiowerkstätten weitgehend positive Erfahrungen mit „ihren“ Bürgerfunkgruppen. Danach gefragt, auf wie viel Prozent der Bürgerfunkgruppen in ihrer Einrichtung die folgenden positiven Merkmale zuträfen, wurden die in Abb. 5-27 dargestellten Antworten gegeben.

Abbildung 5-27: Beurteilung der Bürgerfunkgruppen durch die Radiowerkstätten – Anteile der Bürgerfunkgruppen pro Radiowerkstatt, auf die folgende Aussagen zutreffen ...



Basis: 117 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung; Mehrfachnennung möglich

5.4.3 Thematisch-inhaltliche Ausrichtung

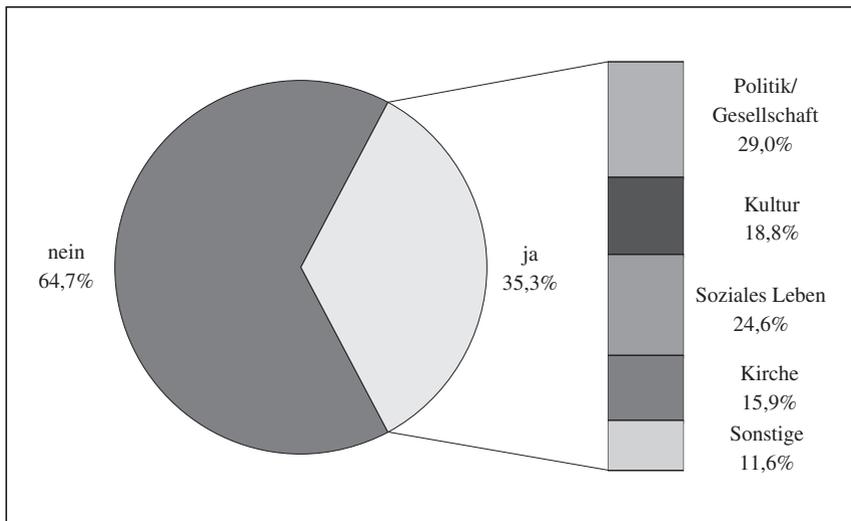
Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass die Funktion der Radiowerkstätten – als Produktionshelfer – nicht mit einer inhaltlich-thematischen Ausrichtung der Radiowerkstatt gekoppelt sein sollte. Die Radiowerkstatt ist – im „Modell“ des Bürgerfunks – neutraler „Dienstleister“. In der Praxis ist dies auch weitgehend, aber nicht durchgängig der Fall. Rund 65 Prozent der Radiowerkstätten geben an, dass die Produktion ihrer Bürgerfunkgruppen thematisch streut und nicht auf einen inhaltlich-thematischen Schwerpunkt fokussiert. Bei 35 Prozent der Radiowerkstätten sind hingegen die von ihren Bürgerfunkgruppen produzierten Hörfunkbeiträge überwiegend in einem bestimmten Themenfeld angesiedelt. Mit anderen Worten:

- In über einem Drittel aller Radiowerkstätten ist das publizistische Interesse der Mehrzahl der Bürgerfunkgruppen gleichgerichtet.

Ob diese Ausrichtung auf eine „redaktionelle Steuerung“ der Radiowerkstätten zurückgeht oder eher auf Autoselektionsmechanismen der Bürgerfunkgruppen, ist nicht ganz eindeutig zu klären. Vermutlich gibt es hier wechselseitige Beziehungen. Im Ergebnis kommt es jedoch in einigen Fällen zu einer klaren Konturierung bzw. Profilbildung, ohne dass jeweils ein explizites Konzept dahinter deutlich wird oder zugrunde liegt. Die Medienwerkstatt Minden-Lübbecke hat beispielsweise – orientiert an „Kinder-, Jugend-, Kultur- und Sozialarbeit“ – einen expliziten Zielgruppen-Schwerpunkt auf sozial Benachteiligte und Randgruppen (Lebenshilfe, Behinderte, Gewalttätige). Bei Radiowerkstätten in Trägerschaft (kirchlich oder gewerkschaftlich) liegt eine entsprechende Schwerpunktsetzung nahe; diese bewahren sich aber dennoch eine allgemeine Offenheit für alle anderen Gruppen. Die Bürgerfunkgruppen bzw. das Sendekontingent des Vereins Christliches Bürger-Radio in Herford sind beispielsweise nur zu etwa einem Drittel christlich geprägt.

Die Schwerpunktsetzungen richten sich zu knapp 30 Prozent auf den Bereich des politisch-gesellschaftlichen Themenfeldes. Dahinter stehen im Einzelfall verschiedene Bereiche wie z. B. Umweltschutz, Gewerkschaft und Wirtschaft. Politik im engeren Sinne macht hierbei einen Anteil von 7 Prozent aus. Nicht genannt wurde Lokalpolitik als eigenständiges Themenfeld. Der Bereich soziales Leben (knapp 25 Prozent) umfasst den Bereich des Karitativen, Lebenshilfe für spezielle Gruppen (wie z. B. Behinderte, Migranten) etc. Weitere nennenswerte Schwerpunktsetzungen sind Kultur (19 Prozent) und Kirche (16 Prozent).

Abbildung 5-28: Radiowerkstätten mit thematisch-inhaltlicher Schwerpunktsetzung



Basis: 116 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung; Mehrfachnennung möglich

- Zusammenfassend bleibt festzuhalten: Die Radiowerkstätten verstehen sich überwiegend als „Dienstleister“, d. h. die Mitarbeiter stehen interessierten Bürgern und Gruppen, die ein inhaltliches Anliegen haben, das sie gerne über den Hörfunk transportieren wollen, mit der technischen Infrastruktur und ihrem Know-how zur Verfügung. Diese Betreuung, Beratung und Begleitung kommt allerdings nicht allen Bürgern und Gruppen zugute. Manche Radiowerkstätten haben eine eigene publizistische Intention. Sie prüfen, inwieweit bestimmte Anliegen oder Themen oder Gruppen/Einzelpersonen in das Konzept bzw. das (thematische, persönliche etc.) Portfolio der Radiowerkstatt passen. So werden Interessenten auch schon mal abgewiesen bzw. an eine andere Radiowerkstatt verwiesen.

5.4.4 Organisatorische Einbindung

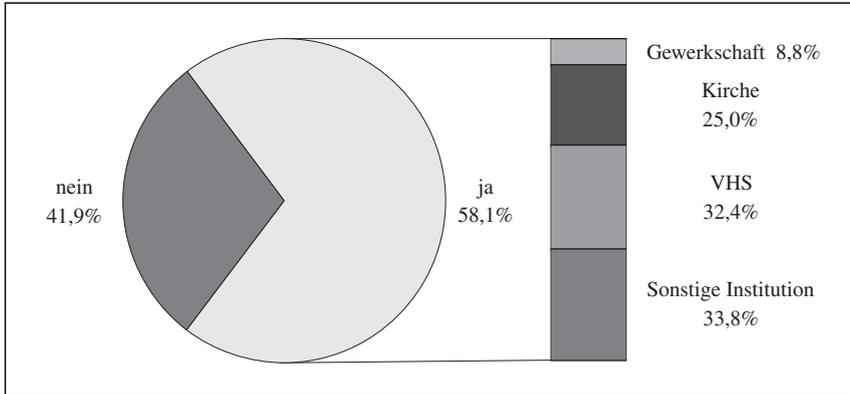
Lediglich 42 Prozent aller Radiowerkstätten sind eigenständige (unabhängige) Institutionen, die zumeist als Verein organisiert sind. Rund 58 Prozent der Radiowerkstätten sind hingegen Einrichtungen einer Trägerorganisation. Betrachtet man die Organisationen, die hinter den Radiowerkstätten stehen, so ragen zunächst zwei Gruppen heraus: die Kirche und die Volkshochschule. In kirchlicher Trägerschaft befanden sich zum Befragungszeitpunkt 25 Radiowerkstätten (davon 17 katholisch, 3 evangelisch, 5 freikirchlich), 28 sind in der Hand der VHS.⁶³ Hinter der summarisch als „sonstige Institutionen“ bezeichneten Gruppe stehen verschiedene Träger: Kommunale Einrichtungen, Jugendzentren, Medienzentren. Im Binnenverhältnis zwischen der „Abteilung“ Radiowerkstatt und ihrer Trägerorganisation wurden keine nennenswerten Probleme genannt.

Die Radiowerkstätten mit Trägerschaft (Kirche, VHS, Gewerkschaften) haben jeweils einen gemeinsamen organisatorischen Überbau. Für die katholische Kirche heißt das beispielsweise, dass die 13 Radiowerkstätten des Erzbistums Köln zusammengeschlossen sind.⁶⁴ Die Vertreter der einzelnen Radiowerkstätten nennen sich „Radiobeauftragte“ bzw. „Radiokontakter“, die sich zwei bis drei Mal pro Jahr in dem Gremium „Radorunde“ treffen und aktuelle Fragen der Radioarbeit besprechen (Aktivitäten der LfM, Förderungen, Inhalte, gemeinsame Themenreihen, Aus- und Fortbildung, Reagieren auf veränderte Anforderungen). Im jeweiligen Regionalgeschäft sind die Radiowerkstätten

63 Die Prozentangaben in der Abbildung beziehen sich auf das Ergebnis der Befragung (also auf lediglich 119 von insgesamt 150 zum Zeitpunkt der Befragung existierende Radiowerkstätten).

64 Das Erzbistum Köln gliedert sich in einen Südtel mit Bonn, Euskirchen, Gummersbach, Erftkreis, Köln und Leverkusen sowie einen Nordteil mit Neuss, Düsseldorf, Wuppertal, Solingen und Remscheid. Das heißt, das Bistum reicht im Norden bis Essen-Kettwig, im Süden bis Unkel, im Westen bis Zülpich, Dürscheven, Euskirchen und im Osten bis Bergeunstadt, Gummersbach. Der sog. technisch-organisatorische „Overheader“ ist die „Medienwerkstatt Radio“, die zentrale Koordinierungsstelle im katholischen Bildungswerk.

Abbildung 5-29: Organisatorische Einbindung der Radiowerkstätten



Basis: 116 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung; Mehrfachnennung möglich

jedoch autonom, haben einen eigenen Haushalt. Abstimmung und Abgleich für die effiziente Nutzung der Ressourcen sowie Absprachen für den technischen Pool etc. finden jedoch gemeinsam statt.

Die Radiowerkstätten kooperieren zu einem erheblichen Teil untereinander. 58 Prozent gaben an, dass sie in irgendeiner Form mit anderen Radiowerkstätten zusammenarbeiten. In nahezu allen Verbreitungsgebieten gibt es Arbeitsgemeinschaften, in denen die örtlichen Radiowerkstätten zusammen geschlossen sind. Prominentes Beispiel ist die ARGE in Köln. Aber auch in anderen Verbreitungsgebieten gibt es AGs wie z. B. das Duisburger Bürgerfunk-Forum, die AG Bürgerfunk in Bielefeld. An erster Stelle stehen hierbei Absprachen und Abstimmungen zur Sendeplatzbelegung an Standorten mit mehreren Radiowerkstätten. An zweiter Stelle findet eine Zusammenarbeit im Bereich der Technik statt sowie ein inhaltlicher Austausch und gemeinsame Qualifizierungsmaßnahmen der Bürgerfunkgruppen. Von der Möglichkeit, dass nicht belegte Sendeplätze (aufgrund dessen, dass Produktionen nicht zum Sende termin fertig werden oder dass freigehaltene Sendekontingente für sporadische Gruppen nicht genutzt wurden) anderen Radiowerkstätten angeboten werden, wird hin und wieder Gebrauch gemacht.

In manchen Verbreitungsgebieten gibt es zwar offizielle Zusammenschlüsse, ohne dass jedoch eine echte Kooperation stattfindet. Wenn die Sendeplätze auf die Radiowerkstätten erst einmal verteilt sind, gibt es keine weiteren Berührungspunkte oder die Kontakte sind eher sporadischer Natur. Hintergrund mangelnder Kooperation zwischen den Radiowerkstätten vor Ort können beispielsweise Animositäten sein, die mit unterschiedlichen Konzepten und Vorstellungen zum Bürgerfunk an sich begründet werden. Da kommt es nicht

selten zu Neid und Konkurrenzdenken, wenn „die Kollegen“ mehr Sendeplätze zur Verfügung haben, vermeintlich schlechte Arbeit leisten und damit dem Image des Bürgerfunks schaden oder gar Fördermittel bekommen, die nicht gerechtfertigt erscheinen.

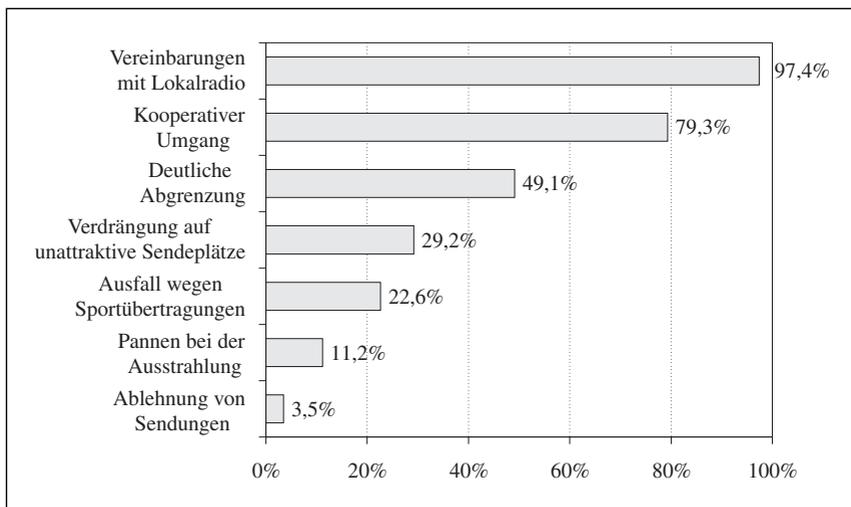
5.4.5 Außenbeziehungen

Verhältnis Lokalradio und Radiowerkstätten

Seit dem Beginn des Bürgerfunks gibt es ein gewisses Spannungsverhältnis zwischen den Lokalradios und den Radiowerkstätten („Verträglichkeit“). Nachfolgend wird zunächst die Sicht der Radiowerkstätten auf dieses Verhältnis dargestellt und anschließend vice versa die Perspektive der Lokalradios.

Die Kooperation der Radiowerkstätten mit den Lokalradios erscheint zumindest auf der Ebene des formalen Umgangs miteinander weitgehend reibungslos. Nahezu 97 Prozent der Radiowerkstätten bescheinigen den Lokalradios, dass sie Vereinbarungen mit ihnen häufig einhalten. Andererseits äußern fast 50 Prozent, dass sich das Lokalradio vom Bürgerfunk oftmals deutlich distanzieren. Fast 30 Prozent beklagen überdies die Verdrängung auf unattraktive Sendeplätze. Knapp 23 Prozent den Sendungsausfall aufgrund von Sportübertragungen.

Abbildung 5-30: Kooperation mit dem Lokalradio aus Sicht der Radiowerkstätten – Prozentwerte der Antworten auf die Merkmalsausprägung „häufig“



Basis: 116 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung; Mehrfachnennung möglich

Lesart: 97,4 Prozent der Radiowerkstätten antworten auf das Statement „Das Lokalradio hält sich an Vereinbarungen mit uns“ mit der Antwort „häufig“.

Das Verhältnis von Lokalradio und Bürgerfunk wird – aus der Sicht der Chefredakteure – durchgehend kritisch gesehen. Aufgrund der Konstruktion – nicht-kommerzielles Bürgerfunkprogramm implantiert im kommerziellen Lokalradioprogramm – sind (strukturelle) Konflikte von vornherein angelegt (Zitate: „Konstruktionsfehler“ und „Beide Seiten sind nicht miteinander glücklich.“). Man hat sich dennoch vor Ort weitgehend arrangiert, man versucht mit dieser Konstruktion so gut wie möglich zu leben und pflegt einen pragmatischen Umgang (Zitat: „Wenn der Bürgerfunk schon da ist, dann sollte man einen produktiven Umgang miteinander pflegen.“). Nach etlichen Querelen in früheren Jahren ist es zwischenzeitlich „ruhig geworden“ und „der Betrieb hat sich normalisiert“.

Vielfach gibt es informelle und formelle Vereinbarungen bzw. Absprachen (Empfehlungen) – Angleichung von Musik- und Wortformaten zur Vermeidung von Programmbrüchen –, die die Kooperation zwischen Lokalradio und Radiowerkstätten eindeutig regeln und verbindlich gestalten. Übergeordnete Arbeitsgemeinschaften (z. B. ARGE in Köln und AGs in anderen Verbreitungsgebieten) bzw. zwischengeschaltete Koordinatoren (z. B. in Euskirchen, Kreis Wesel, Köln) erleichtern vielfach die Zusammenarbeit und befrieden damit das Verhältnis, sind aber nicht die Regel. Je nach Standort gibt es zudem personelle Konstellationen (Chefredakteur auf der einen Seite und Ansprechpartner der Radiowerkstatt auf der anderen Seite), die entweder gut funktionieren oder aber eine Zusammenarbeit schwierig gestalten oder nahezu unmöglich machen.

Grundsätzlich wird dem Bürgerfunk von Seiten des Lokalradios wenig Professionalität sowie mangelnde journalistische (weniger technische) Qualität bescheinigt. Der Bürgerfunk sei ein „Fremdkörper“ im Lokalradioprogramm („Formatbruch“) und schade dem Image des Lokalsenders („Abschaltfaktor“).

Es gibt aber auch zahlreiche Beispiele eines kooperativen und kollegialen Umgangs zwischen den Radiowerkstätten und dem jeweiligen Lokalradio (z. B. Bielefeld, Köln, Duisburg). Das drückt sich u. a. darin aus, dass mancher Lokalsender die Möglichkeit einräumt, dass bei Bedarf die dreitägige Abgabefrist für die Bürgerfunkproduktionen unterschritten werden kann. Teilweise kann das am Mittag vor der abendlichen Sendung sein, in Extremfällen sogar kurz vor dem Ausstrahlungstermin. Dieses Entgegenkommen zeugt jedoch von einem ausgesprochen vertrauensvollen Verhältnis, da eine Kontrolle der Sendungsinhalte von Senderseite vor der Ausstrahlung dann nicht mehr vorgenommen werden kann.

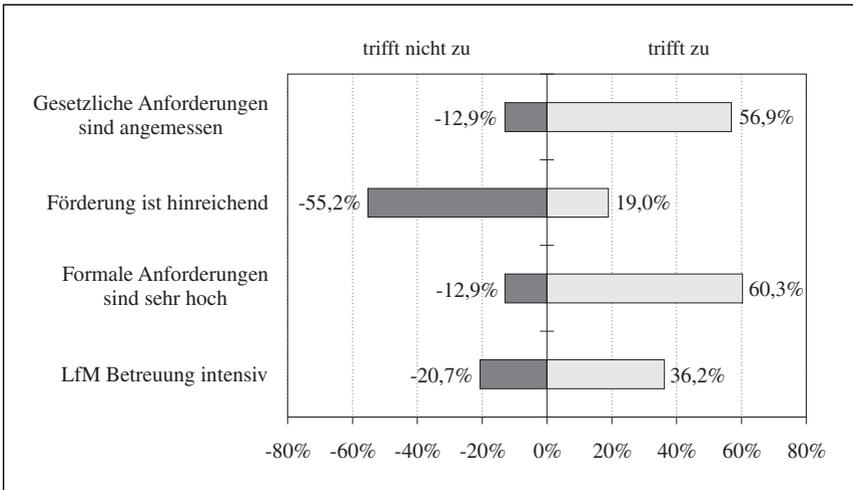
Radio Köln überlässt beispielsweise der Radiowerkstatt Katholisches Bildungswerk am ersten Weihnachtstag – jenseits der eigentlichen Bürgerfunkzeit – zusätzliche Redaktionszeit. Die Bürgerfunker haben dann die Möglichkeit, die Sendestrecke „Hallo Wach“ von 6–8 Uhr nach eigenen Vorstellungen zu gestalten.

Von der Radiowerkstatt FARA in Aachen ist zu berichten, dass deren Mitarbeiter dem Lokalradio bei technischen Problemen hilfreich zur Seite stehen. Selbst beim Studioumzug haben sie den Kollegen vom Lokalsender geholfen.

Verhältnis zur LfM

Das Verhältnis zwischen den Radiowerkstätten und der LfM ist aus der Perspektive der Radiowerkstätten in einigen Punkten nicht zufrieden stellend. In Abb.5-31 wird deutlich, worin die Radiowerkstätten die Problempunkte sehen.

Abbildung 5-31: Verhältnis zwischen den Radiowerkstätten und der LfM



Basis: 116 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung; Mehrfachnennung möglich

Lesart: 56,9 Prozent der Radiowerkstätten stimmen dem Statement „Die gesetzlichen Anforderungen an die Radiowerkstätten sind angemessen“ zu.

Beklagt wird von den Radiowerkstätten, dass der Verwaltungsaufwand für sie zu hoch sei: Stubiobeleglisten führen, Unterschriftenlisten der Bürgerfunkgruppen, umfangreicher Schriftverkehr, Jahresbericht erstellen etc.; das sei kompliziert, langwierig und aufwändig. Die eigentliche Arbeit mit den Bürgerfunkern wäre ohnehin schon sehr arbeitsintensiv; eines von beiden würde darunter leiden. Häufig wird daher für die Jahresberichte nur das Notwendigste ausgefüllt, so dass die zahlreichen anderen Aktivitäten „unter den Tisch fallen“ und ein verzerrtes Bild der eigentlichen Leistungen der Radiowerkstätten entsteht. Die sog. „verdeckte Arbeit“ (Projekte, Kooperationen, externe Seminare, Vernetzung etc.) erscheint dagegen kaum in den Berichten. Die reine Hörfunk-

arbeit nimmt daneben manchmal lediglich einen vergleichsweise kleinen Raum ein. Von den ehrenamtlichen Tätigen seien die Vorgaben und Auflagen kaum zu erfüllen. Das sei eine Überforderung und Benachteiligung dieser Gruppen. Hauptamtliche, insbesondere mit einer Trägerschaft im Rücken, seien hingegen in einer privilegierten Situation. Ein weiterer Kritikpunkt lautet: Richtlinien, Kriterien, Vergabep Praxis etc. bei der Projektförderung durch die LfM seien nicht transparent und würden nicht begründet. Zudem herrscht der Verdacht vor, dass die LfM bestimmte Regionen bevorzuge, andere hingegen vernachlässige.

Ein weiteres Problem sind aus der Sicht der Radiowerkstätten die kurzfristigen Ladungsfristen zu Veranstaltungen sowie Auflagen bzw. Fristen für die Umsetzung technischer Aufrüstungen. Diesen Forderungen und Vorgaben nachzukommen sei manchmal nahezu unmöglich. Auch wenn man keinen Verdacht hegen möchte, dass womöglich Strategie oder Politik dahinter stünden, so mangle ein derartiges Gebaren an Glaubwürdigkeit.

Bei den insgesamt rückläufigen finanziellen Förderungen bzw. Unterstützungen (nur noch Minutenförderung) übersieht die LfM aus der Sicht der Radiowerkstätten den Idealismus und das Engagement der Bürgerfunker, die viel Privatgeld in ihr „Hobby“ schießen. Etwas weniger Vorgaben und etwas mehr freie Hand wären im Gegenzug angemessen.

Beklagt werden überdies die häufig wechselnden Zielvorgaben der LfM: erst a) Partizipation, dann b) Medienkompetenzvermittlung, dann c) Vernetzung, jetzt d) Medienkompetenznetzwerke.

Von den Radiowerkstätten wird auch die mangelnde Unterstützung durch die LfM bemängelt, als es um die Sendezeitverschiebung von 18 auf 20 Uhr ging. Die von den Lokalradios beanspruchte „lokale Option“ ging eindeutig zu Lasten der Bürgerfunker, da sie auf unattraktivere Sendeplätze verdrängt wurden.

Bei von den Lokalradios abgewiesenen Sendungen, die ein gerichtliches Nachspiel hatten, stand die LfM hingegen überwiegend auf der Seite der Bürgerfunker. Die Zurückweisung von Bürgerfunk-Beiträgen bzw. -Sendungen ist erheblich zurückgegangen. Entsprechende Konflikte werden in jüngster Vergangenheit vorwiegend vor Ort zwischen den Akteuren gelöst, ohne dass die LfM eingeschaltet werden muss. Hintergrund sind die langen und Kräfte zehrenden Verfahren, die von den Beteiligten – insbesondere den Bürgerfunkern – vermieden werden sollen.

Vernetzung im soziokulturellen Umfeld

Aus der Sicht der Radiowerkstätten sind 33 Prozent stark, 51 Prozent mittel und 17 Prozent schwach in ihr soziokulturelles Umfeld integriert. Diese Selbsteinschätzung kann durch die sonstigen Befunde erhärtet werden: Ein Großteil

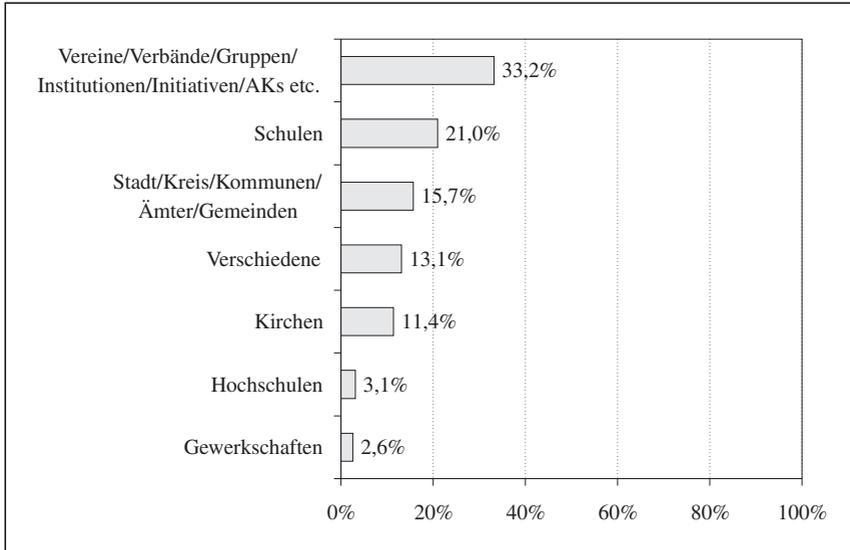
der Radiowerkstätten ist relativ gut in das soziokulturelle Umfeld integriert. Es gibt jedoch eine eher schwache Verankerung der Radiowerkstätten in institutionelle Zusammenhänge der Stadt (Verwaltung/Stadt) bzw. deren Funktionseliten. Lediglich 16 Prozent nennen die Stadt als Kooperationspartner. Hintergrund hierfür sind vermutlich Imageprobleme des Bürgerfunks. Von Seiten vieler Radiowerkstätten wird eine Einbindung auch gar nicht angestrebt, da man vom Selbstverständnis her sich ohnehin an Zielgruppen orientiert, die in den etablierten Medien kein Forum oder Sprachrohr haben und nicht zu Wort kommen (Minderheiten, Randgruppen, NGOs).

Es gibt allerdings auch eine Zahl von Radiowerkstätten, die sich aufgrund spezifischer Rahmenbedingungen (Personal, Zeit, Kosten) nicht in der Lage sieht, sich um lokale Integration und Vernetzung kümmern zu können. Diese zusätzliche Aufgabe der örtlichen Vernetzung wird an manchen Standorten als Überforderung bzw. Zumutung erfahren, da die ohnehin ehrenamtliche Tätigkeit schon allein für den normalen Produktionsbetrieb vollständig absorbiert wird. Es kommt aber auch vor, dass die Vernetzungsarbeit umfassend betrieben wird, wodurch der Produktionsoutput aber entsprechend niedriger ausfällt. Zudem haben viele Projekte, die vor Ort betreut werden, nicht unbedingt auch eine Bürgerfunkproduktion zum Ziel, erscheinen somit auch nicht im Jahresbericht.

Die wichtigsten Kooperationspartner sind mit einem Drittel der Nennungen die Vereine und Verbände vor Ort. Hier bestätigt sich der Befund aus der Programmanalyse: Etliche Aktive des Bürgerfunks sind Personen, die bereits in Vereinen engagiert sind. Entsprechend groß ist auch die Kooperation zwischen den Radiowerkstätten und ortsansässigen Vereinen.

Zentrale Kooperationspartner der Radiowerkstätten sind mit 21 Prozent der Nennungen auch die Schulen. Hierin ist ein weiterer Indikator für die wichtige Jugendarbeit der Radiowerkstätten zu sehen. Mehr oder weniger bedeutsamer Bestandteil der Radiowerkstätten-Arbeit ist die Zusammenarbeit mit Schulen, in die alle Schulstufen einbezogen sind; damit haben nahezu alle Radiowerkstätten Erfahrungen. Als zeitlich befristete Projekte werden immer wieder Schul-Arbeitsgemeinschaften ins Leben gerufen, die entweder die Lebensdauer von wenigen Projekttagen bis hin zu einem Schuljahresprojekt – oder auch längerfristigen Bestand – haben. Manchmal verbleiben aber auch ein bis drei Schüler über die Schul-AG hinaus beim Bürgerfunk, da sie Gefallen gefunden haben an der Radioarbeit, und produzieren beispielsweise regelmäßige „Teenie-Sendungen“. Schulprojekte sind für die Mitarbeiter der Radiowerkstatt vergleichsweise arbeitsintensiv, da eine angemessene Betreuung – mit dem Ziel einer sendefähigen Radioproduktion – umfangreiche Ressourcen in Anspruch nimmt. Es kommt eher selten vor, dass Lehrer einen Großteil der (Vor-)Arbeiten übernehmen, was mit einer spürbaren Entlastung der Radiowerkstätten-Mitarbeiter verbunden wäre.

Abbildung 5-32: Kooperationspartner der Radiowerkstätten



Basis: 103 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung; Mehrfachnennung möglich

Die meisten Radiowerkstätten betreiben in der einen oder anderen Weise Öffentlichkeitsarbeit. Das wichtigste Medium hierfür ist die Presse vor Ort, die von 82 Prozent der Radiowerkstätten zur PR genutzt wird. Allerdings gibt es hier häufig Schwierigkeiten: Fast ein Drittel aller Radiowerkstätten weist auf Probleme in der Zusammenarbeit mit der örtlichen Presse hin. Als Hauptgrund wird Ignoranz von Seiten der Presse gegenüber dem Bürgerfunk angesehen. Die Presse ist häufig wirtschaftlich mit dem Lokalradio verbunden. Die Zeitungsverleger und die Chefredakteure des Lokalradios sähen den Bürgerfunk gleichermaßen als Konkurrenzmedium und würden ihn daher „totschweigen“.

Verbände und Vereinigungen

Die Zusammenschlüsse der Radiowerkstätten in den einzelnen Verbreitungsgebieten zu Arbeitsgemeinschaften wurden bereits oben thematisiert. An dieser Stelle geht es um die überregionale Vereinigung der Radiowerkstätten in Verbänden. Im Wesentlichen gibt es hier zwei Organisationen: zum einen die Interessengemeinschaft gemeinnütziger Radiovereine (IGR), der ältere Verband, ins Leben gerufen und dominiert von Christoph Schaefer (Flok, Köln) [eine Abspaltung war die AG Ruhrgebiets-Radio-Initiativen, kurz AGRRI]; zum anderen der Landesverband Bürgerfunk (LBF), als Gegenverband eine jüngere Gründung in bewusster Abgrenzung zur IGR, im Vorstand Jürgen Mickley

(Medienforum Duisburg, Vorsitzender), Gabi Fortak (Münster, stellvertr. Vors.), Bettina Lenzian (Medienforum Münster), Katja Schütze (Neue Essener Welle) etc. Dem LBF wird nachgesagt, dass er gegenüber der LfM eine zu enge Kooperation betreiben würde. Dieses Gebaren kann aber auch dahingehend gedeutet werden, dass der LBF ein klares Interesse daran hat, den Gestaltungsrahmen für den Bürgerfunk entscheidend mitprägen zu wollen.

50 der 119 in der Untersuchung erfassten Radiowerkstätten sind in einem der beiden Verbände organisiert, d. h. 69 davon sind *nicht* organisiert. Hierin könnte ein Indikator dafür gesehen werden, dass sich über die Hälfte der Radiowerkstätten nicht angemessen durch die Verbandspolitik repräsentiert sieht.

5.4.6 Typen von Radiowerkstätten

Nach demselben methodischen Verfahren der Clusteranalyse wie bei den Bürgerfunkern und den Bürgerfunkgruppen wurde auch für die Radiowerkstätten der Versuch einer Typenbildung vorgenommen. Im Gegensatz zu den vorhergehenden Typenbildungen geht es hierbei jedoch im Kern nicht um Handlungsmotive von Personen, sondern um Merkmale von Institutionen. Diese Merkmale setzen sich einerseits aus objektiven Faktoren der Infrastruktur und andererseits den Intentionen bzw. Verhaltensweisen der leitenden Akteure der Radiowerkstätten zusammen. Als clusterbildende Merkmale sind hierbei eine mögliche Schwerpunktbildung, eine eventuell gegebene Zielgruppenorientierung, das monatliche Sendevolumen und die Einbindung in eine Trägerorganisation verwandt worden. Was bereits als Einschränkung für die obigen Clusteranalysen betont wurde gilt hier um so mehr: Die Typenbildung hat primär eine heuristische Funktion. Die einzelnen Typen stehen für Ähnlichkeitsbeziehungen von Radiowerkstätten untereinander. Ihre Bezeichnungen sind somit lediglich metaphorische Umschreibungen für ihr jeweils wesentliches Merkmal.

Tabelle 5-3: Typisierung der Radiowerkstätten

Typ	Anteil der Radiowerkstätten (ca.)
Weltanschauliche	30 %
Funktionalisten (Pragmatiker)	20 %
Radiomanager	25 %
Zielgruppenorientierte	20 %

Basis: 119 Befragte der Radiowerkstätten-Befragung

Als *Weltanschauliche* lassen sich Radiowerkstätten charakterisieren, die folgende typenbildende Merkmale aufweisen: Sie haben eine klare thematisch-inhaltliche Ausrichtung und zumeist sind sie organisatorisch in einer Trägerorganisation eingebunden. Die Bürgerfunkgruppen, die hier aktiv sind, fokus-

sieren ihre Beiträge innerhalb eines Themenfeldes. Insgesamt betreuen diese Radiowerkstätten weniger Bürgerfunkgruppen als der Durchschnitt. Ihre Raum- und Flächeninfrastruktur ist eher unterdurchschnittlich, dasselbe gilt für ihr monatliches Produktionsvolumen. Aufgrund der Trägerorganisation haben Radiowerkstätten dieses Typs häufig hauptamtliche Mitarbeiter. Dieser Typus ist vom Umfang her mit fast 30 Prozent der bedeutendste.

Ein erheblicher Teil der Radiowerkstätten entzieht sich einer derart markanten Festlegung wie sie für die Weltanschaulichen gegeben ist. Die *Funktionalisten* sind vielmehr dadurch gekennzeichnet, dass sie weder eine thematische Schwerpunktsetzung, noch eine Zielgruppenorientierung aufweisen. Sie sind überwiegend *nicht* in eine Trägerorganisation eingebunden, ihr Programm- und ihr Infrastrukturvolumen sind durchschnittlich. Diese „Durchschnittlichkeit“ (im durchaus positiven Sinne) ist somit ihr markantes Merkmal: Sie erfüllen ihre vom Modell her vorgesehene Funktion als Produktionshilfeeinrichtung sehr pragmatisch und bieten vielen interessierten Gruppen ein Forum zur Radioproduktion. Zu diesem als Funktionalisten bezeichnetem Typ gehören ca. 20 Prozent der Radiowerkstätten.

Der Typus *Radiomanager* unterscheidet sich vom *Funktionalisten* nur unwesentlich. Sein besonderes Merkmal ist allerdings die „Größe“. Radiowerkstätten dieses Typs haben einen überdurchschnittlichen Output, eine große Studioauslastung und große Produktionsfläche. Inhaltlich sind Radiowerkstätten dieses Typs ebenfalls nicht festgelegt, sondern erfüllen im Wesentlichen – ebenso wie die Funktionalisten – eine Forumsfunktion, d.h. bei ihnen ist meist ein breites Spektrum von Gruppen angesiedelt. Diesem Typus lässt sich rund ein Viertel aller Radiowerkstätten zuordnen.

Der vierte Typ lässt sich als *Zielgruppenorientierte* bezeichnen. Hier handelt es sich eher um kleine Radiowerkstätten. Die Tätigkeiten der Radiowerkstatt werden überproportional von Ehrenamtlichen ausgeübt. Wesentliches Merkmal dieser Radiowerkstätten ist es, dass in ihnen eine bestimmte Zielgruppe von Produzenten besonders angezogen wird oder kumuliert. Die Produktion ist wiederum stark zielgruppenorientiert (junge Menschen, Senioren etc.) ausgerichtet. Diesem Typus von Radiowerkstatt konnten rund 20 Prozent zugeordnet werden.

Nachfolgend werden die Typen der Radiowerkstätten durch Fallbeispiele konkretisiert.

Weltanschauliche

In der Radiowerkstatt des Katholischen Bildungswerks Köln gibt es keine festen Bürgerfunkgruppen. Die Radiowerkstatt versteht sich vielmehr als Redaktionsteam, aus dem heraus unterschiedliche Themen bearbeitet werden. D.h. es gibt vier feste Redaktionen (Erwachsenen-Redaktion „Rheintime“,

Jugendredaktion „Kulturschock“, Personality-/Senioren-Redaktion „Heute Leute“ und Musik-Redaktionen „Soundwave“/„Fluxkompensator“), die die vergleichsweise wenigen Sendeplätze gestalten. Dazu zählt das regelmäßige „Rheintime“-Magazin jeden Dienstag von 19–20 Uhr. (An den restlichen Wochentagen wird das formatgetreue Magazin in der Verantwortung einer jeweils anderen Radiowerkstatt produziert). Durch die strukturelle Verbindung von Jugend- und Erwachsenenredaktion wird die Nachwuchsarbeit befördert, d.h. dem Einstieg in die Jugendredaktion folgt später der Wechsel in die Erwachsenenredaktion. Dieses Modell birgt die Chance von personellen Kontinuitäten, die wichtiger Bestandteil der Bürgerfunkarbeit sein können. Der inhaltliche Akzent der Radioarbeit dieser Radiowerkstatt liegt entsprechend der Trägerschaft auf kirchlichen und sozialen Themen; man versteht sich allerdings nicht als Kirchenredaktion von Radio Köln. Die Radiowerkstatt legt großen Wert auf Qualifizierungsmaßnahmen, auch wenn diese für den katholischen Träger sehr kostenintensiv sind.

Die Medienwerkstatt Minden-Lübbecke ist sehr stark in die Sozialstruktur des ländlichen Raumes eingebunden; sie fühlt sich der „Kinder-, Jugend-, Kultur- und Sozialarbeit“ verpflichtet. Der Zielgruppen-Schwerpunkt liegt explizit auf Benachteiligten und Randgruppen (Lebenshilfe, Behinderte, Gewalttätige etc.). Die Medienwerkstatt hat ein starkes Engagement auf verschiedenen Ebenen (Projekte, Kooperationen, Seminare etc.) entwickelt und ist dadurch in das kommunale Geschehen vielfältig integriert bzw. vernetzt. Diese Sozialarbeit findet jedoch keine explizite Erwähnung im Studiobuch, zählt sozusagen zur „verdeckten Arbeit“. Bei dieser ausgeprägten Integration(sarbeit) tritt die reine Hörfunkproduktion deutlich zurück, so dass es nur wenige feste Gruppen gibt und der Output eher gering ist. Bei der Betreuungsarbeit von Gruppen bzw. inhaltlichen Anliegen wird eine klare Abgrenzung vorgenommen. So wird z.B. kein Support geleistet für Beiträge oder Sendungen, in denen Vereine ihre jeweiligen Jubiläen publik machen wollen (sporadische bzw. einmalige Produktion). Denn aufgrund der zahlreichen Nachfragen und der Notwendigkeit einer intensiven Betreuung kann eine Unterstützung durch die Mitarbeiterinnen der Radiowerkstatt nicht geleistet werden.

Funktionalisten

Sender RIO in Duisburg ist nach eigenem Selbstverständnis als Redaktionsteam organisiert, aus dem sich – vorwiegend einzelne – Interessenten herauslösen, die regelmäßige Sendungen produzieren. Nach außen werden Gruppentitel und redaktionell verantwortliche Personen benannt, ohne dass jedoch transparent wird, wer sich dahinter verbirgt. In der Anmutung entsteht schließlich der Eindruck, als wenn der Radiowerkstättenleiter in erster Linie vor dem Mikrophon säße.

Die Technik wird bei allen Gruppen von ein und derselben Person „gefahren“. Hier entsteht die Gefahr der Abhängigkeit von Einzelpersonen mit Schlüsselqualifikationen!

Die Radiowerkstatt ist insofern nicht zugänglich, als neue Produzenten danach beurteilt werden, inwieweit sie menschlich-persönlich in das Team passen. Die dazugehörigen Kriterien sind in erster Linie Verantwortungsgefühl, Disziplin, Zuverlässigkeit und Teamfähigkeit. Darüber hinaus muss ein inhaltliches Anliegen vorliegen, was von der Radiowerkstatt geteilt wird. (Diese Vorgehensweise bzw. Umgangsform ist nicht außergewöhnlich, sondern wird – mal mehr, mal weniger – auch von anderen Radiowerkstätten gepflegt). Vielfach kommen Einzelpersonen oder Gruppen mit einem singulären Anliegen zum Sender RIO, welches dann von den Radiowerkstatt-Mitarbeitern aufgegriffen und konkret umgesetzt wird. So wird das Pro und Kontra eines „Problemfalles“ über mehrere Sendungen hinweg thematisiert – teilweise in Form einer Kampagne, bis eine „Lösung“ gefunden wurde. Im Ergebnis konstituiert sich dadurch allerdings keine neue feste Gruppe.

Die Radiowerkstatt Förderverein Lokalradio Bonn und Rhein-Sieg (LORA), Bonn ist bereits seit 15 Jahren auf Sendung. Sie hatte vormals drei feste Einrichtungen mit Studios und Redaktionsräumen (die ursprüngliche Einrichtung Alternatives Kulturzentrum in der alten Brotfabrik Bonn-Beuel; die Senioreneinrichtung in der Münsterstraße in der Begegnungsstätte Offene Tür; das Loretta Frauenradio im Internationalen Frauencentrum in der Bonner Innenstadt). Es gab ein sehr breites Gruppen- und Themenspektrum. Aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen musste sich die Radiowerkstatt „gesund schrumpfen“. Momentan gibt es nur noch eine der drei Einrichtungen, von der Jugendarbeit musste man sich trennen, von den ehemals 12 Stellen sind nur noch zwei übrig geblieben. Über die intensive Seniorenarbeit (Zielgruppe) gibt es auch eine Anbindung an die Publikation „Seniorenecho“ (in Kooperation mit der Stadt Bonn), die vor fast 10 Jahren zum Bürgermedium gemacht wurde und für die Öffentlichkeitsarbeit der Radiowerkstatt positiv genutzt wird. Neben dem Bürgerfunk ist ein so genanntes Senioren-Portal 50 plus im Internet (www.locomnet.de) zum zweiten Herzstück der Radiowerkstatt-Arbeit geworden. Hier laufen die Bürgermedien im Netzwerk von Text, Bild und Ton zusammen. Neben der kontinuierlichen Arbeit der verschiedenen Gruppen stehen Projektarbeit und Kooperationen im Vordergrund. Bürgerfunk ist im Selbstverständnis von LORA nicht nur Radiomachen, sondern hat viel mit Inhalten zu tun, d.h. es werden auch viele Impulse in den Kommunikationsraum Bonn und Rhein-Sieg gegeben. Man arbeitet zudem interkulturell und intergenerativ.

Die Radiowerkstatt GfB GewerkschafterInnen für Bürgermedien (früher GfL BlumannKanal Gewerkschaften für Lokalfunk) befindet sich in gewerkschaftlicher Trägerschaft und ist eine von 15 Studios des DGB als anerkannte

Radiowerkstatt in NRW. So findet eine Vernetzung gewerkschaftlicher Radiowerkstätten statt, was beispielsweise zu Synergieeffekten bei Qualifizierungsmaßnahmen führt. Zu den Bürgerfunkgruppen in dieser Radiowerkstatt zählen: das Jugendprogramm „Radio Powerplay“, früher monothematische Sendung, jetzt eher Magazincharakter, meist gewerkschaftliche Jugendthemen bzw. spezifische Fragestellungen; das Seniorenmagazin „Studio A“, früher in Kooperation mit AWO Radio-Klub Bielefeld; das Musikmagazin „Club Talk“, mit Vorstellung regionaler Bands, Kooperation mit DJs und dem Bielefelder Stadtmagazin „update“, ca. vier einstündige Sendungen pro Monat. Interesse an Produktionen kommt insbesondere aus den Stadtteilen, z. B. durch die Kaufmannschaften. So gibt es im Bielefelder Bürgerfunkprogramm beispielsweise auch ein Magazin aus dem Stadtteil Brackwede. Aber auch dem Wunsch nach Selbstdarstellung der lokalen Vereine wird Rechnung getragen. Erstaunlicherweise haben auch Sportvereine hier einen eher politischen Anspruch.

Radiomanager

Das Medienforum Duisburg zählt zu den größeren Radiowerkstätten, „wo viel passiert“ und die bereits seit 14 Jahren existiert. Es gehört zum Selbstverständnis dieser Werkstatt, dass mit dem breiten Portfolio der Bürgerfunkgruppen auch das gesellschaftliche Spektrum möglichst umfassend abgebildet wird: So finden sich hier neben den Musikgruppen beispielsweise auch feste Gruppen zur Kunst- und Kulturszene („Dunkelweiß“), kirchliche Gruppen („Salzstreuer“), entwicklungspolitische bzw. Menschenrechtsgruppen („Nord-Süd-Blick“, „amnesty international“), Selbsthilfegruppen („Anonyme Alkoholiker“, „Mit freundlichen Grüßen – unbehindert Radio machen“), Schwulengruppe („Christopher FM“, früher auch „Pink Channel“) studentische Gruppen („Campus“), Fußball-Fanmagazin („Radio Zebra“) sowie allgemeine Themen („Bürgerfunk-Magazin“; Zuarbeit von Einzelbeiträgen u. a. durch die Gruppe „Senioren auf Draht“). Insgesamt handelt es sich dabei um ca. 30 regelmäßig produzierende Gruppen. Eine natürliche Beschränkung kommt in erster Linie dadurch zustande, weil zum einen das Sendekontingent einfach begrenzt ist und zum anderen die räumlichen und personellen Kapazitäten nicht mehr zulassen. Aktive Öffentlichkeitsarbeit im Sinne von Rekrutierung neuer Bürgerfunkgruppen ist auf diesem Hintergrund nicht notwendig bzw. eher kontraproduktiv. Für sporadisch bzw. einmal produzierende Gruppen können lediglich die fünften Tage im Monat („Überhang“) freigehalten werden, was auch schon knapp bemessen ist, so dass feste Gruppen im Notfall auf ihren Sendeplatz verzichten müssen. Hier kommt es zu einem strukturellen Konflikt: Bürgerfunk heißt eigentlich Offener Kanal, aber Förder- und Anerkennungsrichtlinien erfordern den Nachweis von regelmäßig produzierenden Gruppen, die den Bürgerfunk jedoch zu einem „closed shop“ machen.

Die Radiowerkstatt im Bert-Brecht-Haus in Oberhausen existiert seit 1990 und ist eine von vier Radiowerkstätten in Oberhausen/Mülheim. In dieser Radiowerkstatt produzieren 35 Bürgerfunkgruppen, womit ein breites gesellschaftliches Spektrum abgedeckt ist: u. a. 2 Kulturgruppen (plus Kinomagazin), 4 Seniorengruppen, mehrere Jugendgruppen (2 monothematisch und 4–5 zu Musik), Soziales (wobei verschiedene Initiativen wie Selbsthilfegruppen, alleinerziehende Mütter und Kreuzbund unter dem Label Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband zusammengefasst sind) und amnesty international. Mit 3 mal 3 Stunden (Mo., Mi., Fr. 18–21 Uhr) und 4 mal 2 Stunden (Di., Do., Sa., So. 18–20 Uhr) hat der Bürgerfunk an diesem Standort ein Sendevolumen von insgesamt 17 Wochenstunden, was deutlich über dem gesetzlichen Anspruch liegt. (Diese Radiowerkstatt ist für die Tage Mo., Do. und So. zuständig, hat also 7 Wochenstunden auszufüllen). Dennoch ist die Nachfrage größer als Sendeplätze vorhanden sind. Als Entgegenkommen gegenüber dem Lokalradio findet in der ersten Bürgerfunkstunde eine Formatanlehnung statt.

Zielgruppenorientierte

Das Bürgerradio Beverungen, Höxter/Paderborn wird in erster Linie von jungen Leuten betrieben: Das Alterspektrum der Produzenten liegt zwischen 15 und 30 Jahren; es handelt sich also in erster Linie um Schüler und Studenten. Eine entsprechende Klientel wird folglich auch von der Radiowerkstatt angezogen. Als Einstieg in die Bürgerfunktätigkeit gilt die Teilnahme am „Jugendradiotreff“, danach wechselt man in die „Radiogruppe Beverungen“. Auf diese jugendliche Zielgruppe bezogen werden schließlich auch jugendaffine Themen (u. a. Jugendliche im ländlichen Raum) aufbereitet. Sendeplätze für Senioren sucht man demnach im Programmschema vergeblich. So beziehen sich die Programmangebote vorwiegend auf Jugendliche: „Fantastic Radio Show“ (Musik, VTs), „Dark Floor“ (Musik, VTs, Infos) und „Flash“ (Jugendsendung). Lediglich das Mischmagazin „Zwischen Weser und Diemel“ spricht Hörer zwischen 20 und 60 Jahren an; hier werden massenkompatible (vielfach unpolitische) Themen in Kurzform eingebettet in einen Musikteppich, der von Mainstream-Titeln bestimmt wird.

6 Fazit: Anspruch und Wirklichkeit des Bürgerfunks in NRW

6.1 Das Modell des Bürgerfunks

Sucht man im LMG NRW im Abschnitt „VIII Bürgermedien“ nach einer Funktionszuweisung oder Begründung für die Existenz des Bürgerfunks, wird man nicht fündig. Der Gesetzestext beschränkt sich auf die Festlegung der formalrechtlichen Rahmenbedingungen. Dies ist im Kontext der bundesdeutschen Mediengesetzgebung zu Offenen Kanälen zunächst erstaunlich, da in etlichen Ländern den Bürgermedien Funktionszuweisungen gegeben und Anforderungen an sie formuliert werden. Offene Kanäle sind weder verfassungsrechtlich noch medienrechtlich zwingend erforderlich. Sie erfüllen vielmehr dort, wo der Gesetzgeber sie ermöglicht, eine spezifische Funktion innerhalb des dualen Rundfunksystems. Indem der Gesetzgeber in NRW die Erlaubnisvoraussetzungen für eine dritte Säule im Rundfunk geschaffen hat und seine finanzielle Förderung aus Mitteln der Rundfunkgebühr festschreibt, ist hiermit explizit eine medienpolitische Grundsatzentscheidung getroffen, deren Begründung sich allerdings nicht aus dem Gesetzestext ableiten lässt. Will man dennoch eine Funktionsbeschreibung des Bürgerfunks vornehmen, kann diese nur in Form einer demokratietheoretischen Herleitung und medienhistorischen Betrachtung erfolgen.

Ausgangspunkt einer verfassungsrechtlichen Betrachtung zur Begründung Offener Kanäle ist Art. 5 GG, der jedem Bürger das Recht der Meinungsäußerungsfreiheit und Verbreitung seiner Meinung zuspricht. Im Rundfunksektor hat es von jeher keine Möglichkeit der individualrechtlich gesicherten Meinungsäußerungsfreiheit gegeben. Bei der Etablierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks überzog die Meinung, dass man aus technischen und finanziellen Zwängen einen individualrechtlich gesicherten Zugang des Bürgers zu diesem Medium ausschließen müsse. Selbst für diejenigen, die Zugang zum

65 Vgl. ausführlich Buchholz, Klaus-Jürgen: Profiarbeit und Laienspiel. Status und Perspektiven des Bürgerrundfunks in Deutschland. In: Rinsdorf, Lars u. a. (Hg.): Journalismus mit Bodenhaftung. Annäherung an das Medium. Münster 2003, S. 227–245.

Massenmedium Rundfunk haben, die Journalisten, dient dieses Medium nicht zur Verwirklichung ihres persönlichen Rechts auf Meinungsäußerung. Diese mit Art. 5 GG kollidierende Beschränkung der Publikationsfreiheit wurde durch die binnenplurale Organisationsform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks „quasi geheilt“. Dadurch, dass alle gesellschaftlichen Gruppen Zugang zu den Aufsichtsgremien haben, soll die Ausgewogenheit der Berichterstattung gewährleistet werden. Dennoch war und ist auch mit der Organisationsform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks der Bedarf nach einem zugangsfreien Rundfunk nicht hinfällig. Die faktische Möglichkeit, das Recht der öffentlichen Verbreitung der eigenen Meinung – unabhängig vom persönlichen ökonomischen Potential – auch im Rundfunk tatsächlich wahrzunehmen, ist erst 1984 durch die Offenen Kanäle verwirklicht worden. Sie entstanden im unmittelbaren Zusammenhang mit der Einrichtung der Dualen Rundfunkordnung in Deutschland. Im medienpolitischen Kalkül waren die Offenen Kanäle das – scheinbar notwendige – Feigenblatt, mit dem man den Kritikern des Dualen Systems den kommerziellen Rundfunk etwas „schmackhafter“ machen wollte.⁶⁵

Es hat bereits vor der Gründung Offener Kanäle, die in Deutschland im Jahr 1984 erfolgte, zahlreiche Ansätze und Versuche gegeben, eine unmittelbare mediale Präsenz von Individuen oder gesellschaftlichen Gruppen in den Medien zu erreichen. Die älteste und medienhistorisch bedeutsamste ist die berühmte Forderung aus dem Jahr 1924 in Brechts Radiotheorie, „der Konsument müsse zum Produzenten“ werden⁶⁶. Von hier lässt sich eine medienhistorische Entwicklungslinie über die Arbeiterradiobewegung in der Weimarer Republik bis hin zu den so genannten Freien Radios und ihre illegale Radio-praxis in den 70er Jahren des vorigen Jahrhunderts ziehen.

Allen Theorieansätzen und praktischen Versuchen, die den Bürgern einen unmittelbaren Zugang zu den Medien gewähren, ist eines gemeinsam: Der Ruf nach zugangsoffenen Medien ist immer auch mit einer Kritik an den etablierten Medien verbunden. Dies spiegelt sich bereits in frühen Positionspapieren und Diskussionen zur Gründung Offener Kanäle in Deutschland wider. Es sollten durch Offene Kanäle Bevölkerungsgruppen, Themen, Meinungen und Gestaltungsformen begünstigt werden, die in herkömmlichen (etablierten) Medien nicht zu Wort kommen bzw. behandelt werden.⁶⁷

Es waren also von Anfang an zwei Eckpfeiler im Aufgabenprofil der Offenen Kanäle enthalten, nämlich *individuelle* und *gesellschaftliche* Funktionen: Die auf das Individuum bezogene Funktion der Offenen Kanäle ist die Förderung der Medienkompetenz und zugleich die Möglichkeit einer ungefilterten und von finanziellen Ressourcen unabhängigen Meinungsäußerungsfreiheit.

66 Vgl. Brecht, Bertolt: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Gesammelte Werke Bd. 18, Frankfurt/M. 1968.

67 Vgl. Buchholz, a. a. O.

Die gesellschaftliche Funktion steht im unmittelbaren Zusammenhang mit dem publizistischen Angebot in lokalen Kommunikationsräumen. Alle Bürgermedien in Deutschland sind auf kleinräumige Verbreitungsgebiete ausgerichtet. In diesen Verbreitungsgebieten können (sollen) sie eine publizistische Ergänzung der etablierten Medien erfüllen. Diese Ergänzungsfunktion ist vor allem dann von besonderer Bedeutung, wenn es in Folge von Konzentrationstendenzen zur Beschränkung von Medienvielfalt kommt.

Letztlich ist auch die Entstehung und Entwicklung des Bürgerfunks in NRW vor dem skizzierten Hintergrund zu sehen. Dies bedeutet, auch für den Bürgerfunk ergibt sich seine doppelte Funktion: Schaffung von Partizipationschancen und Förderung von Medienkompetenz auf der einen Seite und publizistische (und somit rezipientenorientierte) Ergänzungsfunktion auf der anderen Seite. Wengleich das LMG NRW in Bezug auf die Bürgermedien inhaltsleer ist, befördert die Konstruktion des Bürgerfunks primär seine individuelle Funktion, da keinerlei programmliche Rahmenvorgaben gemacht werden.

6.2 Praxis des Bürgerfunks

6.2.1 *Das Programm*

Im bundesdeutschen Vergleich unterscheidet sich der Bürgerfunk in NRW durch seine Implementierung in ein professionelles, unter kommerziellen Bedingungen gestaltetes Radioumfeld. Betrachtet man das Programm des Bürgerfunks im Kontext des Hörfunkmarktes und aus einer rezipientenorientierten Perspektive, resultieren aus dieser Implementierung etliche Konsequenzen. Als erstes stellt sich die Frage, ob die Produktionen des Bürgerfunks überhaupt als *Programm* zu bezeichnen und zu bewerten sind. Mit diesem Begriff wird ja bereits implizit eine Anforderung an den Bürgerfunk herangetragen, den dieser typischerweise nicht zu erfüllen bräuchte. Der Begriff Bürgerfunk verstellt den Blick darauf, dass es sich bei dieser Form des Bürgermediums faktisch um einen Offenen Kanal handelt, der nicht zwingend ein Programm hat.

Als Programm eines elektronischen Mediums bezeichnet man im Allgemeinen das ausgestrahlte Sendematerial als Ganzes. Hierbei wird üblicherweise ein Schema mit festen Sendepunkten und für den Rezipienten erwartbaren Formen und Themen verwandt. In Hörfunk-Begleitprogrammen sind es vor allem die Nachrichten zur vollen Stunde, die einen solchen festen „Ankerplatz“ bilden. In Einschaltprogrammen gibt es hingegen ein ausdifferenziertes Programmschema mit einer Fülle formal und thematisch definierter Sendepunkte. Diese Verankerung bestimmter Sendungen an festen Plätzen ist für Bürgermedien nicht per se üblich. In der Theoriediskussion des Offenen Kanals ist sie sogar bis heute umstritten. Lange Zeit wurde in Offenen Kanälen primär

nach dem „Prinzip der Schlange“ verfahren. Dies bedeutet, die Produktionen von Bürgern wurden in der Reihenfolge ihres Anlieferns beim Offenen Kanal ausgestrahlt. Relikte dieser Regelung finden sich auch in NRW. So schreibt die Nutzersatzung der LfM im § 4 Abs. 3 vor: „Die Beiträge werden grundsätzlich in der Reihenfolge ihres Eingangs der Sendeansmeldungen [...] verbreitet.“ Dies wird allerdings sogleich eingeschränkt mit der Formulierung: „auf den hierfür im Programmschema vorgesehenen Sendeplätzen“. In NRW hat sich – nicht zuletzt aufgrund der Steuerungsfunktion der LfM – im Bürgerfunk weitgehend – jeweils standortspezifisch – ein strukturierendes Programmschema durchgesetzt. Die Beiträge der Bürgerfunker erhalten hierdurch einen Rahmen, und potentielle Hörer können bestimmte Sendeplätze gezielt einschalten. Aus einer rezipientenorientierten Sicht auf den Bürgerfunk ist dies ein positiv zu bewertender Befund. Allerdings ist ein Programmschema noch kein Garant für einen Erfolg im Hörermarkt, hierzu gehört auch eine Programm*konzeption*. Grundsätzlich stößt bei der Entwicklung einer solchen Konzeption der Bürgerfunk auf ein strukturelles Dilemma, das aus seiner Implementierung in das Lokalfunkumfeld resultiert.

- Streben die Bürgerfunker vor Ort einen audience flow zwischen dem Lokalfunk und ihren Produktionen an, liegt es nahe, sich an das programmliche Umfeld anzupassen. Diese Formatangleichung wird vielerorts von den Bürgerfunkern betrieben. Im Ergebnis führt dies jedoch zu Produktionen mit geringem Informationsanteil und der Anmutung privater Begleitprogramme. Hieraus kann für den Bürgerfunk ein Legitimitätsverlust erwachsen: Als reine Dublette des Lokalfunks macht er sich selbst überflüssig.
- Die zweite Möglichkeit besteht in einem offenkundigen Bruch mit dem Lokalradioumfeld und seinem Format. Hierbei riskieren die Bürgerfunker allerdings einen Abschalt- bzw. Umschaltimpuls bei den typischen Lokalradiohörern. Sie müssen sich – wollen sie überhaupt Rezipienten erreichen – eine eigene Hörschaft aufbauen. Dies geht in erster Linie über ein klar konturiertes Wort-Profil, was den Bürgerfunk zum Einschaltradio macht. Im Hörermarkt konkurrieren sie faktisch mit öffentlich-rechtlichen Einschaltprogrammen, an deren Qualitäten sie sich orientieren müssen. Für ein von Laien produziertes Radio ist dies eine große Herausforderung, der sich nur wenige Produktionen stellen.
- Ein dritter Weg ist in der Erfüllung einer publizistischen Ergänzungsfunktion im lokalen Kommunikationsraum zu sehen. In diesem Fall würden Hörer des Verbreitungsgebietes den Bürgerfunk ggf. wegen seiner ergänzenden Informationsgebung über das lokale Geschehen gezielt einschalten. Dieser Weg wird – wie die Programmanalyse zeigt – nur in wenigen Fällen beschritten. Hierfür sind ebenfalls strukturelle Gründe verantwortlich: Der durch die Vorproduktionspflicht erzwungene Verzicht auf Tages-

aktualität und Liveproduktionen erschwert eine entsprechende Programmkonzeption.

Das Modell des Bürgerfunks in NRW sieht eine große Selbstorganisation der am Bürgerfunk interessierten Personen vor. Diese Selbstorganisation funktioniert vor Ort weitgehend gut. Verbunden ist mit ihr selbstverständlich auch ein Autoselektionsmechanismus, der mit programmlichen Präferenzen einhergeht. Diese Programmpräferenzen liegen offenbar zum Großteil in der Gestaltung von Musikprogrammen. Der Anteil von nahezu 70 Prozent Musik im Gesamtprogramm erklärt sich nicht allein aus der Formatangleichung, sondern aus der Interessenlage vieler Bürgerfunker. Hierbei kommt es standortspezifisch in einigen Fällen zu weit überdurchschnittlichen Musikanteilen. Wenn die Musikpräferenzen einiger Personen die Bürgerfunksendeplätze – und somit den Hörerindruck des Bürgerfunks im kompletten Verbreitungsgebiet – programmlich bestimmen, führt dies zu einem Funktionsverlust des Bürgerfunks.

Da die Wahrnehmung des Bürgerfunks immer vor Ort erfolgt, sind die standortspezifischen Hörerfahrungen ausschlaggebend für das Image des Bürgerfunks. Hier muss mit aller Deutlichkeit darauf hingewiesen werden, dass es *den Bürgerfunk in NRW* nicht gibt. Der Bürgerfunk ist vielmehr standortspezifisch höchst unterschiedlich. Hierin ist seine Stärke und Schwäche gleichermaßen zu sehen:

- Seine *Stärke* gewinnt er durch die flächendeckende Präsenz im bevölkerungsreichsten Bundesland. Durch das Konstruktionsprinzip des nordrhein-westfälischen Bürgerfunks wird die Partizipationsmöglichkeit am Bürgermedium für alle Interessierten verwirklicht. An einigen Standorten gelingt es dem Bürgerfunk zudem, ein abwechslungsreiches und informatives Programm zu produzieren, das einen Kontrapunkt zur – häufig vorhandenen – „Informationsarmut“ im Lokalradio setzt.
- Seine *Schwäche* resultiert aus standortspezifisch zu beobachtenden Verwerfungen in der Programmpraxis. An einigen Standorten wird die Hörbarkeit des Bürgerfunks für viele Rezipienten aufgrund einseitiger Themenfokussierung stark eingeschränkt.

Bei den Bürgerfunkproduktionen lässt sich insgesamt eine geringe Formvarianz feststellen. Die Bürgerfunker in NRW fokussieren bei den journalistischen Darstellungsformen stark auf das – vermeintlich einfach zu führende – Interview. Der Bürgerfunk böte hingegen die Chance, experimentierfreudig mit dem Medium Hörfunk umzugehen und dessen radiophone Möglichkeiten auszuschöpfen. „Große“ Darstellungsformen wie Reportage, Feature oder gar Hörspiel bilden jedoch im Angebot die absolute Ausnahme. Eine Besonderheit und ein bürgerfunktypisches Element stellen allerdings die narrativen Darstellungsformen dar. Hier wird Bürgern aus dem Verbreitungsgebiet eine

Erzählplattform geboten, die eine Form der oral history darstellt. An einigen Standorten werden zudem in erheblichem Umfang monothematische Sendungen produziert, die teilweise tiefe und breite Informationen zu einzelnen Themenfeldern transportieren. Mit solchen Sendungen bricht der Bürgerfunk deutlich aus der Produktionspraxis des Lokalfunks aus und gewinnt ein eigenes Profil.

Die dauerhaften Bemühungen um eine technisch-formale und redaktionelle Qualifizierung der Bürgerfunker hat offenbar Früchte getragen. Die Sendungen sind weitgehend auf einem hörbaren Niveau. Bei der Qualifizierung wird allerdings häufig das Format des Lokalradios als radiophones Vorbild gewählt. Über diese Radiopraxis hinausgehende Formen und Herangehensweisen an das Medium werden hingegen kaum in den Blick genommen.

Der Bürgerfunk ermöglicht vielfach eine doppelte Chance auf die Realisierung der Meinungsäußerungsfreiheit. Neben den eigentlichen Bürgerfunkern kommen in großem Umfang Bürger aus den Verbreitungsgebieten als betroffene, beteiligte, engagierte usw. Personen vor dem Mikrofon zu Wort. Durch diese Bürgernähe wird die Partizipationsfunktion des Bürgerfunks gestärkt.

6.2.2 *Die Akteure*

Aufgrund der Konstruktion des Bürgerfunks in NRW sind drei Akteursgruppen an der Bürgerfunkproduktion unmittelbar beteiligt: Bürgerfunker (als Individuen), Bürgerfunkgruppen (als Interessengemeinschaft) und Radiowerkstätten (als Produktionshilfeeinrichtungen). Als mittelbare Akteure mit einem gewissen Einfluss sind die Lokalfunkstationen und die LfM anzusehen. Nachfolgend werden die Ergebnisse zu den Akteursgruppen und ihren Interaktionsprozessen zusammenfassend skizziert.

Bürgerfunker als Individuen

Die vorliegende Studie hat erstmals die soziodemographische Struktur und die Motive der Bürgerfunker untersucht. Hierbei zeigt sich, dass der Bürgerfunk alle Altersschichten gleichermaßen anspricht. Allerdings ist die Gruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Bürgerfunk deutlich überrepräsentiert. Ebenfalls überrepräsentiert sind männliche Personen. Beim Schulabschluss zeigt sich ein überdurchschnittlicher Anteil mit hohem formalen Bildungsgrad. Dies korreliert mit dem großen Anteil von Studierenden an Hochschulstandorten, die sich im Bürgerfunk engagieren. Das Engagement im Bürgerfunk erfordert die Aneignung erheblicher Qualifikationen. Hat man diese einmal erworben, hält das Interesse am Bürgerfunk über einen gewissen Zeitraum an.

Dem Interesse am Bürgerfunk liegen bestimmte intrinsische Motive zugrunde, die sich zu fünf Motivtypen verdichten lassen:

- *Musikenthusiasten* haben als starkes Motiv das Interesse an Musik und der Produktion von Musikmagazinen;
- *Berufseinsteiger*, die den Bürgerfunk als Sprungbrett in einen Medienberuf nutzen wollen;
- *Partizipationsorientierte*, die den Bürgerfunk als Möglichkeit der Meinungsäußerungsfreiheit sehen und bestimmte gesellschaftliche Anliegen verbreiten wollen;
- *Vereinsaktivisten*, denen es darum geht, die Anliegen ihres Vereins zu publizieren und
- *Hedonisten*, für die der Bürgerfunk ein Freizeitspaß ist.

Bürgerfunkgruppen

Die Bürgerfunkgruppen sind von einer großen Stabilität und bestehen häufig über viele Jahre hinweg. Die Aktivitäten in einer Bürgerfunkgruppe sind für die meisten Mitglieder mit einer hohen persönlichen Gratifikation verbunden. In Bezug auf die Infrastrukturmöglichkeiten ist die Mehrzahl der Gruppen mit den vor Ort in den Radiowerkstätten vorhandenen technischen Bedingungen zufrieden. Dasselbe gilt – mit geringen Ausnahmen – für die zur Verfügung stehenden Sendezeiten. Wenngleich sich die Bürgerfunkgruppen darüber im Klaren sind, dass ihre Sendungen vom Lokalfunk häufig als Fremdkörper angesehen werden, ist das Spannungsverhältnis zwischen den Bürgerfunkern und dem Lokalradio nicht mehr so gravierend wie in der Frühphase des Bürgerfunks. Vielerorts ist ein vergleichsweise befriedetes Verhältnis zwischen Lokalradio und Bürgerfunk festzustellen.

Die Binnenkommunikation der Bürgerfunkgruppen untereinander vor Ort und auch regionenübergreifend ist vergleichsweise schwach ausgeprägt. Auch wird der lokale Kommunikationsraum außerhalb der reinen Programmproduktion durch Mittel der Öffentlichkeitsarbeit kaum durchdrungen. Die Vernetzung zwischen dem Bürgerfunk und den soziokulturellen, aber auch kommunalen Funktionsebenen ist in etlichen Verbreitungsgebieten schwach ausgeprägt. Die Interessen der Bürgerfunkgruppen sind inhaltlich breit gestreut. Es fällt aber auf, dass dem Themenfeld Politik allgemein und insbesondere der Lokalpolitik nur wenig Interesse von den Bürgerfunkgruppen entgegen gebracht wird.

Die Ziele der Bürgerfunkgruppen lassen es zu, eine Bildung von vier Typen vorzunehmen.

- Die als *Radiomacher* etikettierten Gruppen entziehen sich einer dezidierten inhaltlichen Festlegung; bei ihnen steht die Produktion von Sendungen und Beiträgen als solche im Vordergrund.
- *Themenorientierte* Gruppen produzieren ausschließlich Beiträge zu Special-Interest-Themen oder für Zielgruppen.

- *Informationsvermittler* richten ihre Bürgerfunktätigkeit primär auf das informierende Wortprogramm ohne eine thematische Fokussierung.
- *Musikorientierte* Gruppen produzieren vorrangig Musikmagazine.

Radiowerkstätten

Die wesentliche Aufgabe der Radiowerkstätten, nämlich die Bereitstellung von technischer und redaktioneller Produktionshilfe, wird von ihnen offenbar weitgehend sehr gut erfüllt. Die Funktionsfähigkeit der Radiowerkstätten ist in hohem Maße vom Engagement der ehrenamtlich tätigen Personen abhängig. Das Innenverhältnis zwischen den Bürgerfunkgruppen und den Radiowerkstätten ist überwiegend konfliktarm und wechselseitig kooperativ. In über einem Drittel aller Radiowerkstätten ist das publizistische Interesse der dort produzierenden Bürgerfunkgruppen gleichgerichtet. Es findet eine Angleichung der publizistischen Zielsetzung bzw. der thematisch-inhaltlichen Ausrichtung zwischen den Bürgerfunkgruppen und den Interessen der Radiowerkstätten statt. Im Organisationsprinzip der Radiowerkstätten lassen sich freie (eigenständige, unabhängige) und an Trägerorganisationen gebundene Radiowerkstätten unterscheiden. Mit 58 Prozent überwiegen trägergebundene Radiowerkstätten, die bei ihrer Arbeit zumeist von den Infrastrukturmöglichkeiten ihrer Trägerorganisationen profitieren.

Die Kooperation zwischen den Radiowerkstätten und dem Lokalradio ist auf der Ebene des formalen Umgangs weitgehend konfliktfrei. Allerdings wird die Distanzierung des Lokalradios vom Bürgerfunk von einem erheblichen Teil der Radiowerkstätten als kontraproduktiv angesehen. Eine Vernetzung der Radiowerkstätten im soziokulturellen Umfeld ist weitgehend vorhanden. Wichtigster Partner der Radiowerkstätten sind hierbei die Vereine und in nicht unerheblichem Maße auch Schulen. Die Radiowerkstätten leisten vor Ort häufig eine wichtige sozial-integrative Arbeit, die weit über die Medienproduktion hinausgeht. Insofern erbringen sie neben ihrer Medienkompetenzvermittlung und Infrastrukturleistung einen erheblichen pädagogischen Zusatznutzen.

6.3 Thesen zum Status quo und Entwicklungsmöglichkeiten des Bürgerfunks in NRW

Die vorliegende Studie hat dem Prinzip der Handlungsforschung folgend die Akteure des Bürgerfunks aktiv in den Forschungsprozess einbezogen. Die Interdependenz zwischen Forscherteam und Betroffenen endete nicht mit dem Abschlussbericht. Die Aufgabe des Forschungsprojektes ist es vielmehr, einen Input für den internen Diskussionsprozess der Bürgerfunker zu liefern und die Profilbildung des Bürgerfunks zu begleiten. Die Ergebnisse der Studie wurden

auf der Bürgermedienveranstaltung „Diskurs Bürgermedien 2005“ vom 28. bis 30. April 2005 vorgestellt. Hierbei wurde ein kritischer Diskussionsimpuls anhand nachfolgender Thesen (im Text gefettet) gegeben, die primär die Schwachstellen im Erscheinungsbild des Bürgerfunks thematisieren. Sie ersetzen insofern nicht die obige Zusammenfassung der Forschungsergebnisse.

Die Funktion des Diskussionsimpulses war es, die Rezeption der Studie auf diejenigen Punkte zu lenken, bei denen aus der Sicht der Kommunikationsforschung Veränderungsbedarf besteht. Die Thesen und der Diskussionsverlauf hierzu werden in diesem Kapitel dokumentiert.

Ganz allgemein lässt sich für den Bürgerfunk in der Gesamtheit aller Erscheinungsformen im Land Nordrhein-Westfalen feststellen:

Das Programmangebot des Bürgerfunks ist vielfältig und als Ganzes betrachtet besser als sein Image. Die Implementierung in ein professionelles Radioumfeld schafft allerdings Zwänge, die eine Profilbildung des Bürgerfunks im Hörfunkmarkt erschwert. So erscheint sein Programm an einigen Standorten affirmativ zum Lokalfunk, an anderen wiederum sind Grundzüge einer an öffentlich-rechtlichen Einschaltprogrammen orientierten Hörfunkpraxis erkennbar.

Die vom Forscherteam als „Zwänge“ angesehenen Folgen des Konstruktionsprinzips des Bürgerfunks werden von den Bürgerfunkern selber als weitaus weniger problematisch bewertet. Aus ihrer Sicht überwiegt der Vorteil der flächendeckenden Verbreitung des Bürgerhörfunks, die bei der gegenwärtigen Frequenzlage nur in der Einbettung in den Lokalfunk möglich erscheint. Allerdings werden Überlegungen zu einer „landesweiten“ Bürgerfunkfrequenz mit lokalen Fenstern nicht als völlig aussichtslose Alternative angesehen. Die Kritik am „affirmativen“ Programm wird weitgehend *nicht* geteilt, da hierdurch die Chance auf eine „Hörererbenschaft“ gesehen wird und Publika erreicht würden, die ansonsten kaum als Zielgruppe für den Bürgerfunk infrage kommen.

Die Sendungen des Bürgerfunks werden vom Radiohörer immer nur standortbezogen gehört. Diese singuläre Wahrnehmung ist stark von lokalen Gegebenheiten geprägt. Mögliche rezeptionsbehindernde Faktoren oder programmliche Schwächen (einseitige Themenfokussierung, Musikdominanz etc.) prägen somit häufig das Bild vom Bürgerfunk.

Grundsätzlich sehen die Bürgerfuncker die standortspezifischen Unterschiede als zwangsläufige Konsequenz der Zugangsoffenheit. Eine zu starke Regulierung durch die Formulierung eines Programmauftrages oder einer Lenkung durch die LfM wird als konträr zur Bürgerfunkidee angesehen.

Der Bürgerfunk leistet keine Vielfaltsreserve für publizistische Verengungen in lokalen Kommunikationsräumen. Er ist stark von individualistischen Interessen und Themensetzungen geprägt. Die Programmgestaltung an etlichen Standorten wird durch partikulare Interessen dominiert.

Dieser These wurde entgegengehalten, dass bereits durch die Existenz des Bürgerfunks eine Vielfaltsreserve gegeben sei und er durch seine vertiefende Aufarbeitung spezifischer lokaler Themen und durch die Forumsfunktion für lokale Gruppen Vielfalt erzeuge. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ist diese Argumentation allerdings wenig stichhaltig. Die These resultiert aus der konkreten Programmpraxis, in der sich lokalpublizistische Themenaufarbeitung nur sehr begrenzt feststellen ließ.

Die Sendungen des Bürgerfunks haben nur zu einem geringen Teil die Funktion der Schaffung einer lokalen Gegenöffentlichkeit. Hierfür sind strukturelle Gründe (Aktualitätsverhinderung), aber auch die Motivationslage der Bürgerfunker ausschlaggebend.

An dieser These wurde bemängelt, dass der Terminus „Gegenöffentlichkeit“ im aktuellen gesellschaftlichen Diskurs keine Rolle mehr spiele und daher auch nicht (mehr) als Aufgabe des Bürgerfunks angesehen werden könne. Grundsätzlich wurde der folgenden These als Ursache für den Status quo zugestimmt:

Der Bürgerfunk hat in den letzten Jahren einen Funktionswandel vollzogen. Klassische politisch-gesellschaftliche Funktionen des Bürgerfunks wie Emanzipation und Partizipation verlieren zunehmend an Bedeutung. An Stelle dessen gewinnt er seine Bedeutung für eine vorberufliche Qualifikation (Berufseinsteiger in die Medien).

Es wurde von den Bürgerfunkern darauf hingewiesen, dass mit der Bezeichnung „verlieren zunehmend an Bedeutung“ nicht impliziert werden könne, dass emanzipatorische und partizipatorische Funktionen des Bürgerfunks generell verschwunden seien. Der Bürgerfunk erfülle diese Funktionen nach wie vor, allerdings standortspezifisch sicherlich in unterschiedlichem Maße. Die vorberufliche Qualifikation ist auch aus Sicht der Bürgerfunker eine zunehmende Leistung des Bürgerfunks.

Der offene Zugang zum System Bürgerfunk und zur Produktion ist gegeben. Die Gesamtkonstruktion des Bürgerfunks und der Programmrealisierung lassen den Bürgerfunk jedoch primär als *produzentenorientiert* und weniger als *rezipientenorientiert* erscheinen. Er erfüllt hierdurch seine primäre Funktion als Vermittler von Medienkompetenz und der

Gewährleistung von Partizipationschancen im Medium Hörfunk. Seine publizistische Funktion innerhalb der lokalen Kommunikationsräume ist hingegen vergleichsweise gering.

Dem ersten Aspekt dieser These wurde kaum widersprochen; die publizistische Funktion des Bürgerfunks wird – wie oben bereits dargelegt – jedoch von den „Betroffenen“ grundsätzlich anders bewertet.

Die Ausstattung und Arbeitsweise der Radiowerkstätten kann als hinreichend und bewährt angesehen werden. Etliche Radiowerkstätten arbeiten stark integrativ. Medienarbeit als Jugendarbeit, als sozial-integrative Arbeit und Weiterbildung etc. führt zu einer Funktionsverschränkung der Arbeit der Radiowerkstätten. Hier ist ein Konstruktionsproblem zu sehen. Radioproduktion als sozial-integrative Leistung müsste – neben der Minutenförderung – gewürdigt und alimentiert werden. Hierzu sind neue Finanzierungsmodelle zu entwickeln. Die Rundfunkgebühr kann ihrer Zweckbestimmung entsprechend hierfür nicht als Quelle dienen.

Im Wesentlichen wird diese These von vielen Radiowerkstätten geteilt und ihre „Zusatzfunktion“ betont. Etliche Radiowerkstätten sind bereits derzeit aktiv damit befasst, für bestimmte Ausgaben Sponsoren zu gewinnen. Allerdings wird vielfach die Ansicht vertreten, dass sich Medienarbeit und sozial-integrative Arbeit nicht trennen lassen. Diese analytische Trennung gehe an der Praxis vorbei, insofern wird die Alimentierung durch die Fördermittel der LfM nicht als problematisch angesehen.

Den beiden folgenden Thesen wurde weitgehend zugestimmt:

Die Qualifizierungs- und Qualitätssicherungsmaßnahmen der letzten Jahre zeigen in der Produktion durchaus Wirkung. Allerdings müssen sie als Daueraufgabe angesehen werden und noch stärker unter der Zielsetzung einer Rezipientenorientierung erfolgen.

Der Gesetzgeber hat der LfM Möglichkeiten zur Steuerung der Entwicklung des Bürgerfunks zugewiesen, die von dieser ausgeschöpft werden. Eine weitergehende „Lenkung“ erscheint vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Gesetzeslage ausgeschlossen. Substantielle Veränderungen des Bürgerfunks sind innerhalb des derzeitigen Modells nur durch einen bürgerfunkinternen Diskurs möglich.

Insgesamt wurden die Ergebnisse der Studie in der Veranstaltung „Diskurs Bürgermedien 2005“ konstruktiv-kritisch aufgenommen und als Impuls für die

Weiterentwicklung des Bürgerfunks in NRW aufgefasst. In der Diskussion über Detailergebnisse der Studie und die thesenartigen Schlussfolgerungen des Forscherteams zeigten sich allerdings erhebliche Divergenzen zwischen der Perspektive der Kommunikationswissenschaft und der Praxis des Bürgerfunks. Die vorliegende Studie kann letztlich nur eine Beschreibung des Status quo liefern und mögliche Alternativen hierzu aufzeigen. Für die Weiterentwicklung des Bürgerfunks erscheint der Dialog zwischen Politik, Bürgern und den Gremien der LfM notwendig; hierfür liefert diese Publikation eine Basis.

7 Literatur

- Brecht, Bertolt: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Gesammelte Werke Bd. 18, Frankfurt/Main 1968
- Brosius, Hans-Bernd/Weiler, Stefan: Programmanalyse nichtkommerzieller Lokalradios in Hessen. Eine Inhaltsanalyse. München 2000
- Buchholz, Klaus-Jürgen: Profiarbeit und Laienspiel. Status und Perspektiven des Bürgerfunks in Deutschland. In: Rinsdorf, Lars u. a. (Hg): Journalismus mit Bodenhaftung. Annäherung an das Medium. Münster 2003, S. 227–245
- Dedecek, Malte: Bürgermedien in NRW – Entwicklung, Formen, Perspektiven. Eine exemplarische Studie anhand des Bürgerfunks im Lokalradio. Siegen 2005 (unveröffentlichte Diplomarbeit)
- Eimeren, Birgit von/Gerhard, Heinz/Frees Beate: Internetverbreitung in Deutschland. Potential vorerst ausgeschöpft? Media Perspektiven 8/2004, S. 350–370
- Jansen, Dorothea: Einführung in die Netzwerkanalyse. Grundlagen, Methoden, Forschungsbeispiele. 2. erw. Auflage, Opladen 2003
- Jarren, Otfried/Storll, Dieter/Bendlin, Rüdiger: Lokale Medien und politische Kultur in Dortmund. Düsseldorf 1989 (Begleitforschung des Landes Nordrhein-Westfalen zum Kabelpilotprojekt Dortmund; Bd. 10)
- Klingler, Walter/Müller, Dieter.: MA 2002 Radio II: Hörfunk behauptet seine Stärke. Media Perspektiven 9/2004, S. 410–425
- Kurp, Matthias: Zehn Jahre NRW-Lokalfunk – eine Bilanz. In: Funkfenster 4/2000, S. 3–8
- Landesanstalt für Medien NRW (2002): Rundfunkrechtliche Grundlagen. Wuppertal 2002
- Landesanstalt für Rundfunk NRW: Literaturdokumentation zum Thema Bürgerfunk/ Offene Kanäle anlässlich der Tagungen: Medienpolitisches Hearing zum Bürgerfunk in NRW am 3.3.1995 sowie 10 Jahre Offene Kanäle in Deutschland am 10.3.1995 in Düsseldorf. Düsseldorf 1995
- Landesanstalt für Rundfunk NRW: Lokalfunk 2000 in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf 1996 (LfR-Materialien; Bd. 12)
- Landesanstalt für Rundfunk NRW: Informationen zum Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen. Stand: Mai 1998. Düsseldorf 1995/98 (LfR-Materialien; Bd. 6)
- Landesanstalt für Rundfunk NRW: Lokale Programmkompetenz. Lokale Orientierung und qualitative Programmerwartungen von Hörern in NRW. Vergleichende Analyse der Rezeptionsansprüche von Lokalhörern mit Publika von WDR-Programmen. Düsseldorf o. J. (LfR-Materialien; Bd. 8)

- Landesanstalt für Rundfunk NRW: Recht im Bürgerfunk. Ein Leitfaden. Düsseldorf 1996 (Lfr-Materialien; Bd. 15)
- Landesanstalt für Rundfunk NRW: Medienpädagogischer Atlas NRW. Opladen 1997
- Landesanstalt für Rundfunk NRW: E. M. A. 2001/2002 I. Lokale Reichweitenuntersuchung NRW. Zusammenfassung der Ergebnisse. Düsseldorf 2001
- Lange, Bernd-Peter/Pätzold, Ulrich: Medienatlas Nordrhein-Westfalen. Grundlagen der Kommunikation. Bd. 1. Bochum 1983
- Latsch, Timo: Wie lokal ist der Lokalfunk in Nordrhein-Westfalen? Siegen 2002 (unveröffentlichte MA-Arbeit)
- Lenzian, Bettina: Der Chefredakteur im Lokalfunk. Position und Funktionen im nordrhein-westfälischen Zwei-Säulen-Modell. Wiesbaden 1999
- Lenzian, Bettina/Münch, Eckhard: Die Praxis des Zwei-Säulen-Modells. Untersuchungen aus der Startphase des lokalen Hörfunks in Nordrhein-Westfalen. Opladen 1994
- Lerg, Winfried/Rieger, Angela/Schenkewitz, Jan: Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen. Opladen 1994 (Schriftenreihe Medienforschung der LfR; Bd. 10)
- Lohmann, Matthias/Homann, Ralf: Direkt und ohne Filter. Lokalfunk und Bürgerbeteiligung in NRW. Merz 2/1990, S. 108–110
- O. V.: Daten zur Mediennutzung in Deutschland 2003. Media Perspektiven Basisdaten. Frankfurt/Main 2003
- O. V.: Eckpunkt Papier zur künftigen Förderung der Bürgermedien. Integration von Partizipation und Medienkompetenz. LfM, Februar 2003
- O. V.: Lokalfunk 2000 in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf 1996 (Lfr-Materialien Bd. 12), S. 33–36
- O. V.: Daten zum NRW-Landesdurchschnitt. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen. www.lids.nrw.de/statistik/datenangebot/date/struktur [Stand: 03.03.05]
- Pätzold, Ulrich: Einhaltung gesetzlicher Standards in nordrhein-westfälischen Lokalfunkprogrammen. Hg. LfR-NRW, Düsseldorf 1997
- Pätzold, Ulrich/Röper, Horst: Medienanbieter und Medienangebote. Vor dem Start des Lokalfunks in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf 1992 (Schriftenreihe Medienforschung der LfR; Bd. 2)
- Pätzold, Ulrich/Röper, Horst: Lokale Medien in NRW. Anbieterstrukturen und Angebotsvielfalt. Düsseldorf 1995 (Schriftenreihe Medienforschung der LfR; Bd. 19)
- Rager, Günther/Rinsdorf, Lars: Kommunikatoren im nichtkommerziellen lokalen Hörfunk in Niedersachsen. Eine Organisationsanalyse. Berlin 2000
- Rieger, Angela/LfR (Hg.): Bürgerfunk 1994. Düsseldorf 1995 (Lfr-Materialien; Bd. 10)
- Rieger, Angela/Schenkewitz, Jan: Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen. Der offene Kanal im kommerziellen Radio. In: Media Perspektiven 7/93, S. 325–335
- Rutenfranz, Uwe/Gansen, Petra: Programmanalyse Bürgerfunk NRW 1997. Inhaltsanalyse von Bürgerfunksendungen ausgewählter Verbreitungsgebiete. O. O. 1997
- Schmid, Wilfried: Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen. In: Kamp, Ulrich (Hg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn 1997, S. 98–101
- Schneider, Norbert: Das neue Landesmediengesetz – einige Anmerkungen zu seinen Absichten und Tendenzen. Vortrag im Seminar für Rundfunkrecht am 15. Oktober 2002 in Köln. Unveröffentlichtes Manuskript
- Schulz, Thomas: Nur noch nebenbei. Spiegel Nr. 47, 2004, S. 222–224

- Stock, Ulrich: Rettet das Radio! Da hilft nur noch weghören. Eine Kampfansage an den Dudelfunk. DIE ZEIT, Nr. 9, 2005, S. 1
- Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef: Hörfunklandschaft Niedersachsen 2001. Eine vergleichende Analyse des privaten Hörfunks. Berlin 2003
- Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef: Inhaltsanalyse – Kommunikationsangebote in lokalen Medienlandschaften. In: Pätzold, Ulrich/Röper, Horst/Volpers, Helmut (Hg.): Strukturen und Angebote lokaler Medien in Nordrhein-Westfalen. Opladen 2003 (Schriftenreihe Medienforschung der LfM NRW; Bd.47), S.164
- Volpers, Helmut/Salwiczek, Christian/Schnier, Detlef: Programme der nichtkommerziellen Lokalradios in Niedersachsen. Eine Programm- und Akzeptanzanalyse. Berlin 2000
- Weiss, Klaus: Publizistischer Zugewinn durch Lokalfunk? Vergleichende Analyse von Lokalmedien einer Großstadt. Bochum 1993

8 Verzeichnis der Übersichten, Abbildungen und Tabellen

Übersichten:

Übersicht 2-1: System des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen	14
Übersicht 2-2: Lokalradio-Standorte und Radiowerkstätten in NRW	16
Übersicht 3-1: Grundkonzeption der Untersuchung	27
Übersicht 3-2: Untersuchungsregionen der Programmanalyse	28
Übersicht 3-3: Stichprobenkonzeption	29

Abbildungen:

Abbildung 4-1: Form der Formatanlehnung des Bürgerfunks	39
Abbildung 4-2: Grundstruktur des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent	43
Abbildung 4-3: Sendungsformate des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent	45
Abbildung 4-4: Vermittlungsformen des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent	46
Abbildung 4-5: Themenfelder der Berichterstattung des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent	48
Abbildung 4-6: Raumbezug der Berichterstattung des Bürgerfunks – Anteil der Sendezeit in Prozent	49
Abbildung 4-7: Sprache des Bürgerfunks – Anteil an der Sendezeit in Prozent .	51
Abbildung 4-8: Standortbezogene Profile: Musikanteil – Abweichungen vom Mittelwert	57
Abbildung 4-9: Standortbezogene Profile: Informationsanteil – Abweichungen vom Mittelwert	62
Abbildung 4-10: Standortbezogene Profile: Themenfeld Politik – Abweichungen vom Mittelwert	63
Abbildung 4-11: Standortbezogene Profile: Themenfeld Gesellschaft – Abweichungen vom Mittelwert	64
Abbildung 4-12: Standortbezogene Profile: Themenfeld Human-Touch – Abweichungen vom Mittelwert	65

Abbildung 4-13: Standortbezogene Profile: Musikmagazine – Abweichungen vom Mittelwert	68
Abbildung 4-14: Standortbezogene Profile: Mischmagazine – Abweichungen vom Mittelwert	69
Abbildung 4-15: Standortbezogene Profile: Ressortmagazine – Abweichungen vom Mittelwert	70
Abbildung 4-16: Standortbezogene Profile: Monothematische Magazine – Abweichungen vom Mittelwert	71
Abbildung 4-17: Standortbezogene Profile: Regie- und Unterhaltungs- moderation – Abweichungen vom Mittelwert	72
Abbildung 4-18: Standortbezogene Profile: Informierende Moderation – Abweichungen vom Mittelwert	73
Abbildung 4-19: Standortbezogene Profile: Journalistische Darstellungsformen – Abweichungen vom Mittelwert	74
Abbildung 4-20: Standortbezogene Profile: Narrative Darstellungsformen – Abweichungen vom Mittelwert	75
Abbildung 4-21: Standortbezogene Profile: Sendegebietsbezug – Abweichungen vom Mittelwert	77
Abbildung 5-1: Anteile der Bürgerfunker nach Geschlecht	83
Abbildung 5-2: Altersstruktur der Bürgerfunker	84
Abbildung 5-3: Schulabschluss der Bürgerfunker	85
Abbildung 5-4: Berufsausbildung der Bürgerfunker	85
Abbildung 5-5: Berufstätigkeit der Bürgerfunker	86
Abbildung 5-6: Mediennutzung pro Tag – Anzahl der Bürgerfunker in Prozent	86
Abbildung 5-7: Anzahl der täglich von Bürgerfunkern genutzten Medien	87
Abbildung 5-8: Verweildauer der Bürgerfunker in der Bürgerfunkgruppe	88
Abbildung 5-9: Bürgerfunkgruppen nach Anzahl der Mitglieder	95
Abbildung 5-10: Existenz der Bürgerfunkgruppen nach Gründungsjahren	95
Abbildung 5-11: Anzahl der Gründungen von Bürgerfunkgruppen pro Jahr	96
Abbildung 5-12: Sendevolumen der Bürgerfunkgruppen pro Monat	98
Abbildung 5-13: Verwendung von Darstellungsformen in der Produktion der Bürgerfunkgruppen	99
Abbildung 5-14: Beurteilung der Zusammenarbeit zwischen Bürgerfunkgruppen und Radiowerkstätten – Anteile der Bürgerfunkgruppen je Merkmalsausprägung	100
Abbildung 5-15: Themenschwerpunkte der Bürgerfunkgruppen	103
Abbildung 5-16: Raumausstattung der Radiowerkstätten	110
Abbildung 5-17: Flächenausstattung der Radiowerkstätten	110
Abbildung 5-18: Durchschnittliche Studioauslastung der Radiowerkstätten – Tage pro Monat	111
Abbildung 5-19: Personalausstattung der Radiowerkstätten mit Mitarbeitern gegen Entgelt	113
Abbildung 5-20: Anzahl von Ehrenamtlichen in ihrer Verteilung auf Radiowerkstätten	113
Abbildung 5-21: Anteile des Arbeitsumfangs der Ehrenamtlichen in Prozent des gesamten Arbeitsaufwandes	114

Abbildung 5-22: Anzahl der regelmäßig produzierenden Bürgerfunkgruppen pro Radiowerkstatt im Jahr 2003	115
Abbildung 5-23: Anzahl der sporadisch produzierenden Bürgerfunkgruppen pro Radiowerkstatt im Jahr 2003	115
Abbildung 5-24: Sendevolumen der Radiowerkstätten in Stunden pro Monat ...	117
Abbildung 5-25: Umfang der Arbeitsaufgaben der Radiowerkstätten und ihr Anteil am Gesamtaufwand	118
Abbildung 5-26: Anzahl der Qualifizierungsmaßnahmen der Radiowerkstätten pro Jahr	119
Abbildung 5-27: Beurteilung der Bürgerfunkgruppen durch die Radiowerkstätten – Anteile der Bürgerfunkgruppen pro Radiowerkstatt, auf die folgende Aussagen zutreffen	120
Abbildung 5-28: Radiowerkstätten mit thematisch-inhaltlicher Schwerpunktsetzung	121
Abbildung 5-29: Organisatorische Einbindung der Radiowerkstätten	123
Abbildung 5-30: Kooperation mit dem Lokalradio aus Sicht der Radiowerkstätten – Prozentwerte der Antworten auf die Merkmalsausprägung „häufig“	124
Abbildung 5-31: Verhältnis zwischen den Radiowerkstätten und der LfM	126
Abbildung 5-32: Kooperationspartner der Radiowerkstätten	129

Tabellen:

Tabelle 2-1: Entwicklung des Bürgerfunk-Programmvolumens von 1995 bis 2004 in Minuten	17
Tabelle 2-2: Kerndaten des Bürgerfunks in Nordrhein-Westfalen 2003	19
Tabelle 4-1: Sendezeiten des Bürgerfunks	36
Tabelle 4-2: „Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm	50
Tabelle 4-3: Stichprobenumfang in der Rangfolge des Sendevolumens	53
Tabelle 4-4: Entwicklung des Bürgerfunk-Programmvolumens von 1995 bis 2004 für ausgewählte Standorte nach Index	55
Tabelle 5-1: Die intrinsische Motivation der Bürgerfunker – dargestellt anhand von Idealtypen	90
Tabelle 5-2: Typisierung der Bürgerfunkgruppen	105
Tabelle 5-3: Typisierung der Radiowerkstätten	130

Tabellen im Anhang:

Tabelle A 1: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Stadt Aachen (Aachen 100,eins)	161
Tabelle A 2: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Bielefeld (Radio Bielefeld)	162
Tabelle A 3: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Bochum (Radio 98,5)	163

Tabelle A 4:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Bonn/Rhein-Sieg-Kreis (Radio Bonn/Rhein-Sieg)	164
Tabelle A 5:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Borken (Lokalfunk für den Kreis Borken)	165
Tabelle A 6:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Düren (Radio Rur)	166
Tabelle A 7:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Duisburg (Radio Duisburg)	167
Tabelle A 8:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Ennepe-Ruhr-Kreis (Radio en)	168
Tabelle A 9:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Erfurtkreis (Radio Erfurt)	169
Tabelle A 10:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Euskirchen (Radio Euskirchen)	170
Tabelle A 11:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Hagen (Radio Hagen)	171
Tabelle A 12:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Hamm (Radio Lippewelle Hamm)	172
Tabelle A 13:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Herford (Radio Herford)	173
Tabelle A 14:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Höxter/Paderborn (Radio Hochstift)	174
Tabelle A 15:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Köln (Radio Köln 107,1)	175
Tabelle A 16:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Krefeld/Viersen (Welle N Niederrhein)	176
Tabelle A 17:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Lippe (Radio Lippe)	177
Tabelle A 18:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Märkischer Kreis (Radio MK)	178
Tabelle A 19:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Mettmann (Radio Neandertal 97,6)	179
Tabelle A 20:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Minden-Lübbecke (Radio Westfalica)	180
Tabelle A 21:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Mönchengladbach (Radio 90,1 Mönchengladbach)	181
Tabelle A 22:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Stadt Münster (Antenne Münster)	182
Tabelle A 23:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Neuss (NE-WS 89,4)	183
Tabelle A 24:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Oberberg./Rheinisch-Berg. Kreis (Radio Berg)	184
Tabelle A 25:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Remscheid/Solingen (Radio RSG)	185
Tabelle A 26:	Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Siegen-Wittgenstein (Radio Siegen)	186

Tabelle A 27: Kerneergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Soest (Hellwegradio)	187
Tabelle A 28: Kerneergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Steinfurt (Radio RST)	188
Tabelle A 29: Kerneergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Unna (Antenne Unna)	189
Tabelle A 30: Kerneergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Warendorf (Radio WAF)	190

Anhang

Standortspezifische Kernergebnisse der Programmanalyse	161
Codeplan Evaluation Bürgerfunk NRW	191
Befragung der Bürgerfunkproduktionsstätten (Radiowerkstätten) in Nordrhein-Westfalen	203
Befragung der Bürgerfunkgruppen in Nordrhein-Westfalen – Gruppenfragebogen	207
Befragung der Bürgerfunkgruppen in Nordrhein-Westfalen – persönliche Befragung	211

Tabelle A 1: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Stadt Aachen (Aachen 100,eins)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	26:46:25	100,0	575	100,0
Allgemeines Mischmagazin	4:00:00	14,9	108	18,8
Musikmagazin	5:59:27	22,4	112	19,5
Ressort-Magazin	3:58:59	14,9	104	18,1
Monothematische Sendung	12:47:59	47,8	251	43,7
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	26:46:25	100,0	575	100,0
deutschsprachig	26:46:25	100,0	575	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	26:46:25	100,0	575	100,0
Musik	17:21:57	64,9	249	43,3
Verpackung	0:19:51	1,2	75	13,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:40:48	2,5	72	12,5
Wortunterhaltungsformen	–	–	–	–
Information	8:23:49	31,4	179	31,1
Vermittlungsform	8:23:49	31,4	179	31,1
Moderation mit Infocharakter	4:04:54	48,6	104	58,1
Service	0:17:10	3,4	12	6,7
Nachrichten	0:04:49	1,0	2	1,1
Journalistische Darstellungsformen	2:51:56	34,1	42	23,5
Narrative Darstellungsformen	1:05:00	12,9	19	10,6
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	8:07:02	100,0	168	100,0
Politische Sachthemen	1:35:49	19,7	6	3,6
Gesellschaft	5:06:50	63,0	127	75,6
Human Touch	–	–	–	–
Private Lebenswelt	1:24:23	17,3	35	20,8
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	8:23:49	100,0	179	100,0
Ohne Raumbezug	2:09:34	25,7	54	30,2
International/National	0:33:50	6,7	21	11,7
NRW	0:25:46	5,1	13	7,3
Sendegebiet	5:14:39	62,5	91	50,8
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			209	100,0
Führungselite			5	2,4
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			27	12,9
Interessenvertreter			12	5,7
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			–	–
Experten			39	18,7
Normalbürger			126	60,3
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 2: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Bielefeld (Radio Bielefeld)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	18:01:24	100,0	335	100,0
Allgemeines Mischmagazin	0:50:29	4,7	11	3,3
Musikmagazin	9:20:36	51,8	191	57,0
Ressort-Magazin	1:43:22	9,6	37	11,0
Monothematische Sendung	0:51:01	4,7	24	7,2
Sonstiges	5:15:56	29,2	72	21,5
Sprache	18:01:24	100,0	335	100,0
deutschsprachig	14:26:23	80,1	314	93,7
fremdsprachig	2:43:10	15,1	3	0,9
gemischt-sprachig	0:51:51	4,8	18	5,4
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	14:26:23	100,0	314	100,0
Musik	10:00:10	69,3	137	43,6
Verpackung	0:06:31	0,8	29	9,2
Regie- und Unterhaltungsmoderation	2:44:12	19,0	106	33,8
Wortunterhaltungsformen	0:04:42	0,5	7	2,2
Information	1:30:48	10,5	35	11,1
Vermittlungsform	1:30:48	100,0	35	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:15:41	83,4	24	68,6
Service	0:07:32	8,3	8	22,9
Nachrichten	-	-	-	-
Journalistische Darstellungsformen	0:07:35	8,4	3	8,6
Narrative Darstellungsformen	-	-	-	-
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	1:23:16	100,0	27	100,0
Politische Sachthemen	0:07:32	9,0	2	7,4
Gesellschaft	1:11:32	85,9	23	85,2
Human Touch	0:04:12	5,0	2	7,4
Private Lebenswelt	-	-	-	-
Sport	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Raumbezüge der Berichterstattung	1:30:48	100,0	35	100,0
Ohne Raumbezug	0:07:35	8,4	3	8,6
International/National	0:08:38	9,5	5	14,3
NRW	0:03:10	3,5	2	5,7
Sendegebiet	1:11:25	78,7	25	71,4
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			26	100,0
Führungselite			-	-
Honoratioren			2	7,7
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			-	-
Interessenvertreter			-	-
Wirtschaftlicher Gegenbereich			2	7,7
Vertreter aus dem Kulturbereich			1	3,8
Experten			-	-
Normalbürger			19	73,1
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			2	7,7

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 3: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Bochum (Radio 98,5)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	21:18:10	100,0	493	100,0
Allgemeines Mischmagazin	1:42:14	8,0	51	10,3
Musikmagazin	10:13:04	48,0	260	52,7
Ressort-Magazin	7:38:40	35,9	176	35,7
Monothematische Sendung	1:44:12	8,2	6	1,2
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	21:18:10	100,0	493	100,0
deutschsprachig	19:37:58	92,2	478	97,0
fremdsprachig	0:48:46	3,8	1	0,2
gemischt-sprachig	0:51:26	4,0	14	2,8
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	19:37:58	100,0	478	100,0
Musik	12:42:33	64,7	212	44,4
Verpackung	0:06:27	0,5	24	5,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:13:55	6,3	150	31,4
Wortunterhaltungsformen	0:56:09	4,8	3	0,6
Information	4:38:54	23,7	89	18,6
Vermittlungsform	4:38:54	100,0	89	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:39:19	35,6	47	52,8
Service	0:09:09	3,3	11	12,4
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	2:43:05	58,5	25	28,1
Narrative Darstellungsformen	0:07:21	2,6	6	6,7
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	4:22:30	100,0	74	100,0
Politische Sachthemen	3:10:23	72,5	37	50,0
Gesellschaft	1:07:16	25,6	33	44,6
Human Touch	0:04:51	1,8	4	5,4
Private Lebenswelt	–	–	–	–
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	4:38:54	100,0	89	100,0
Ohne Raumbezug	0:15:09	5,4	11	12,4
International/National	2:06:55	45,5	47	52,8
NRW	0:38:23	13,8	11	12,4
Sendegebiet	1:38:27	35,3	20	22,5
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			47	100,0
Führungselite			1	2,1
Honoratioren			3	6,4
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			–	–
Interessenvertreter			–	–
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			5	10,6
Experten			1	2,1
Normalbürger			26	55,3
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			11	23,4

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 4: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Bonn/Rhein-Sieg-Kreis (Radio Bonn/Rhein-Sieg)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	22:12:14	100,0	593	100,0
Allgemeines Mischmagazin	12:21:17	55,6	300	50,6
Musikmagazin	2:33:20	11,5	66	11,1
Ressort-Magazin	1:42:11	7,7	56	9,4
Monothematische Sendung	5:35:26	25,2	171	28,8
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	22:12:14	100,0	593	100,0
deutschsprachig	20:57:45	94,4	590	99,5
fremdsprachig	0:49:23	3,7	2	0,3
gemischt-sprachig	0:25:06	1,9	1	0,2
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	20:57:45	100,0	590	100,0
Musik	14:00:52	66,9	259	43,9
Verpackung	0:13:55	1,1	78	13,2
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:46:25	3,7	123	20,8
Wortunterhaltungsformen	0:19:42	1,6	16	2,7
Information	5:36:51	26,8	114	19,3
Vermittlungsform	5:36:51	100,0	114	100,0
Moderation mit Infocharakter	2:39:29	47,3	55	48,2
Service	0:13:27	4,0	11	9,6
Nachrichten	0:02:38	0,8	2	1,8
Journalistische Darstellungsformen	2:23:19	42,5	43	37,7
Narrative Darstellungsformen	0:17:58	5,3	3	2,6
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	5:30:37	100,0	108	100,0
Politische Sachthemen	0:26:02	7,9	9	8,3
Gesellschaft	3:30:15	63,6	64	59,3
Human Touch	0:58:41	17,7	19	17,6
Private Lebenswelt	0:21:08	6,4	11	10,2
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	0:14:31	4,4	5	4,6
Raumbezüge der Berichterstattung	5:36:51	100,0	114	100,0
Ohne Raumbezug	1:33:56	27,9	29	25,4
International/National	0:33:57	10,1	19	16,7
NRW	0:10:54	3,2	4	3,5
Sendegebiet	3:18:04	58,8	62	54,4
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			151	100,0
Führungselite			6	4,0
Honoratioren			8	5,3
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			1	0,7
Interessenvertreter			10	6,6
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			13	8,6
Experten			11	7,3
Normalbürger			100	66,2
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			2	1,3

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 5: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Borken (Lokalfunk für den Kreis Borken)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	5:00:08	100,0	137	100,0
Allgemeines Mischmagazin	-	-	-	-
Musikmagazin	-	-	-	-
Ressort-Magazin	5:00:08	100,0	137	100,0
Monothematische Sendung	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Sprache	5:00:08	100,0	137	100,0
deutschsprachig	5:00:08	100,0	137	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	5:00:08	100,0	137	100,0
Musik	3:33:18	71,1	51	37,2
Verpackung	0:01:54	0,6	13	9,5
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:07:30	2,5	38	27,7
Wortunterhaltungsformen	-	-	-	-
Information	1:17:26	25,8	35	25,5
Vermittlungsform	1:17:26	100,0	35	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:14:03	95,6	32	91,4
Service	0:03:07	4,0	2	5,7
Nachrichten	-	-	-	-
Journalistische Darstellungsformen	0:00:16	0,3	1	2,9
Narrative Darstellungsformen	-	-	-	-
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	1:14:19	100,0	33	100,0
Politische Sachthemen	-	-	-	-
Gesellschaft	1:14:19	100,0	33	100,0
Human Touch	-	-	-	-
Private Lebenswelt	-	-	-	-
Sport	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Raumbezüge der Berichterstattung	1:17:26	100,0	35	100,0
Ohne Raumbezug	-	-	-	-
International/National	-	-	-	-
NRW	0:24:00	31,0	10	28,6
Sendegebiet	0:53:26	69,0	25	71,4
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			66	100,0
Führungselite			4	6,1
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			11	16,7
Interessenvertreter			15	22,7
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			-	-
Experten			-	-
Normalbürger			36	54,5
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			-	-

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 6: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Düren (Radio Rur)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	16:10:30	100,0	383	100,0
Allgemeines Mischmagazin	2:21:21	14,6	59	15,4
Musikmagazin	2:32:20	15,7	66	17,2
Ressort-Magazin	4:03:31	25,1	92	24,0
Monothematische Sendung	7:13:18	44,6	166	43,3
Sonstiges	-	-	-	-
Sprache	16:10:30	100,0	383	100,0
deutschsprachig	16:10:30	100,0	383	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	16:10:30	100,0	383	100,0
Musik	10:45:22	66,5	168	43,9
Verpackung	0:12:26	1,3	45	11,7
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:27:15	2,8	55	14,4
Wortunterhaltungsformen	-	-	-	-
Information	4:45:27	29,4	115	30,0
Vermittlungsform	4:45:27	100,0	115	100,0
Moderation mit Infocharakter	3:05:47	65,1	75	65,2
Service	0:03:39	1,3	3	2,6
Nachrichten	-	-	-	-
Journalistische Darstellungsformen	1:07:16	23,6	26	22,6
Narrative Darstellungsformen	0:28:45	10,1	11	9,6
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	4:41:48	100,0	112	100,0
Politische Sachthemen	-	-	-	-
Gesellschaft	3:05:15	65,7	77	68,8
Human Touch	-	-	-	-
Private Lebenswelt	1:07:42	24,0	26	23,2
Sport	0:28:51	10,2	9	8,0
Sonstiges	-	-	-	-
Raumbezüge der Berichterstattung	4:45:27	100,0	115	100,0
Ohne Raumbezug	0:52:23	18,4	22	19,1
International/National	0:50:29	17,7	25	21,7
NRW	-	-	-	-
Sendegebiet	3:02:35	64,0	68	59,1
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			107	100,0
Führungselite			-	-
Honoratioren			8	7,5
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			9	8,4
Interessenvertreter			-	-
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			6	5,6
Experten			14	13,1
Normalbürger			63	58,9
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			7	6,5

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 7: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Duisburg (Radio Duisburg)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	21:14:45	100,0	559	100,0
Allgemeines Mischmagazin	1:43:32	8,1	54	9,7
Musikmagazin	5:55:26	27,9	175	31,3
Ressort-Magazin	2:32:58	12,0	64	11,4
Monothematische Sendung	11:02:49	52,0	266	47,6
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	21:14:45	100,0	559	100,0
deutschsprachig	21:14:45	100,0	559	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	21:14:45	100,0	559	100,0
Musik	11:17:29	53,1	250	44,7
Verpackung	0:17:59	1,4	53	9,5
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:09:18	5,4	89	15,9
Wortunterhaltungsformen	–	–	–	–
Information	8:29:59	40,0	167	29,9
Vermittlungsform	8:29:59	100,0	167	100,0
Moderation mit Infocharakter	6:02:41	71,1	102	61,1
Service	0:13:52	2,7	9	5,4
Nachrichten	0:06:47	1,3	17	10,2
Journalistische Darstellungsformen	0:29:49	5,8	8	4,8
Narrative Darstellungsformen	0:27:55	5,5	4	2,4
Sonstige informierende Formen	1:08:55	13,5	27	16,2
Themenfelder der Berichterstattung**	8:18:42	100,0	160	100,0
Politische Sachthemen	2:38:19	31,7	46	28,8
Gesellschaft	3:44:45	45,1	79	49,4
Human Touch	1:01:00	12,2	14	8,8
Private Lebenswelt	–	–	–	–
Sport	0:54:38	11,0	21	13,1
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	8:29:59	100,0	167	100,0
Ohne Raumbezug	1:03:22	12,4	14	8,4
International/National	2:23:48	28,2	59	35,3
NRW	0:00:33	0,1	2	1,2
Sendegebiet	5:02:16	59,3	92	55,1
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			321	100,0
Führungselite			133	41,4
Honoratioren			27	8,4
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			21	6,5
Interessenvertreter			37	11,5
Wirtschaftlicher Gegenbereich			1	0,3
Vertreter aus dem Kulturbereich			12	3,7
Experten			20	6,2
Normalbürger			49	15,3
Soft-News-Akteure			2	0,6
Sonstige			19	5,9

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 8: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Ennepe-Ruhr-Kreis (Radio en)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	5:26:22	100,0	125	100,0
Allgemeines Mischmagazin	–	–	–	–
Musikmagazin	–	–	–	–
Ressort-Magazin	1:48:36	33,3	41	32,8
Monothematische Sendung	3:37:46	66,7	84	67,2
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	5:26:22	100,0	125	100,0
deutschsprachig	5:26:22	100,0	125	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	5:26:22	100,0	125	100,0
Musik	3:55:31	72,2	57	45,6
Verpackung	0:04:22	1,3	25	20,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:05:50	1,8	14	11,2
Wortunterhaltungsformen	–	–	–	–
Information	1:20:39	24,7	29	23,2
Vermittlungsform	1:20:39	100,0	29	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:14:28	92,3	25	86,2
Service	0:06:11	7,7	4	13,8
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	–	–	–	–
Narrative Darstellungsformen	–	–	–	–
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	1:15:31	100,0	26	100,0
Politische Sachthemen	–	–	–	–
Gesellschaft	1:03:05	83,5	21	80,8
Human Touch	0:02:33	3,4	1	3,8
Private Lebenswelt	0:01:03	1,4	1	3,8
Sport	0:08:50	11,7	3	11,5
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	1:20:39	100,0	29	100,0
Ohne Raumbezug	0:07:49	9,7	4	13,8
International/National	–	–	–	–
NRW	0:11:01	13,7	6	20,7
Sendegebiet	1:01:49	76,6	19	65,5
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			48	100,0
Führungselite	–	–	–	–
Honoratioren	–	–	–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“	–	–	10	20,8
Interessenvertreter	–	–	18	37,5
Wirtschaftlicher Gegenbereich	–	–	–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich	–	–	–	–
Experten	–	–	5	10,4
Normalbürger	–	–	14	29,2
Soft-News-Akteure	–	–	1	2,1
Sonstige	–	–	–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 9: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Erftkreis (Radio Erft)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	7:36:34	100,0	181	100,0
Allgemeines Mischmagazin	–	–	–	–
Musikmagazin	0:50:24	11,0	22	12,2
Ressort-Magazin	4:11:45	55,1	103	56,9
Monothematische Sendung	2:34:25	33,8	56	30,9
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	7:36:34	100,0	181	100,0
deutschsprachig	7:36:34	100,0	181	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	7:36:34	100,0	181	100,0
Musik	5:15:14	69,0	79	43,6
Verpackung	0:04:23	1,0	8	4,4
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:07:31	1,6	27	14,9
Wortunterhaltungsformen	–	–	–	–
Information	2:09:26	28,3	67	37,0
Vermittlungsform	2:09:26	100,0	67	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:21:44	63,1	43	64,2
Service	0:00:42	0,5	2	3,0
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	0:09:20	7,2	2	3,0
Narrative Darstellungsformen	0:37:40	29,1	20	29,9
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	2:09:16	100,0	66	100,0
Politische Sachthemen	–	–	–	–
Gesellschaft	1:09:21	53,6	31	47,0
Human Touch	–	–	–	–
Private Lebenswelt	0:33:11	25,7	15	22,7
Sport	0:26:44	20,7	20	30,3
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	2:09:26	100,0	67	100,0
Ohne Raumbezug	0:05:15	4,1	3	4,5
International/National	–	–	–	–
NRW	0:45:13	34,9	18	26,9
Sendegebiet	1:18:58	61,0	46	68,7
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			76	100,0
Führungselite			–	–
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			–	–
Interessenvertreter			12	15,8
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			4	5,3
Experten			18	23,7
Normalbürger			41	53,9
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			1	1,3

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 10: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Euskirchen (Radio Euskirchen)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	14:18:35	100,0	353	100,0
Allgemeines Mischmagazin	5:54:05	41,2	129	36,5
Musikmagazin	5:01:58	35,2	123	34,8
Ressort-Magazin	–	–	–	–
Monothematische Sendung	3:22:32	23,6	101	28,6
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	14:18:35	100,0	353	100,0
deutschsprachig	14:18:35	100,0	353	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	14:18:35	100,0	353	100,0
Musik	11:19:58	79,2	147	41,6
Verpackung	0:10:21	1,2	40	11,3
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:08:18	8,0	107	30,3
Wortunterhaltungsformen	0:17:11	2,0	6	1,7
Information	1:22:47	9,6	53	15,0
Vermittlungsform	1:22:47	100,0	53	100,0
Moderation mit Infocharakter	0:59:38	72,0	34	64,2
Service	0:23:09	28,0	19	35,8
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	–	–	–	–
Narrative Darstellungsformen	–	–	–	–
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	0:58:18	100,0	34	100,0
Politische Sachthemen	–	–	–	–
Gesellschaft	0:43:10	74,0	27	79,4
Human Touch	0:09:00	15,4	5	14,7
Private Lebenswelt	0:06:08	10,5	2	5,9
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	1:22:47	100,0	53	100,0
Ohne Raumbezug	–	–	–	–
International/National	0:43:47	52,9	27	50,9
NRW	–	–	–	–
Sendegebiet	0:39:00	47,1	26	49,1
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			24	100,0
Führungselite			–	–
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			–	–
Interessenvertreter			–	–
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			6	25,0
Experten			18	75,0
Normalbürger			–	–
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 11: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Hagen (Radio Hagen)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	7:56:19	100,0	89	100,0
Allgemeines Mischmagazin	0:20:00	4,2	13	14,6
Musikmagazin	6:25:01	80,8	45	50,6
Ressort-Magazin	1:11:18	15,0	31	34,8
Monothematische Sendung	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Sprache	7:56:19	100,0	89	100,0
deutschsprachig	7:56:19	100,0	89	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	7:56:19	100,0	89	100,0
Musik	6:50:28	86,2	43	48,3
Verpackung	0:02:09	0,5	6	6,7
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:08:43	1,8	16	18,0
Wortunterhaltungsformen	0:04:14	0,9	3	3,4
Information	0:50:45	10,7	21	23,6
Vermittlungsform	0:50:45	100,0	21	100,0
Moderation mit Infocharakter	0:43:17	85,3	17	81,0
Service	0:05:21	10,5	2	9,5
Nachrichten	-	-	-	-
Journalistische Darstellungsformen	0:02:07	4,2	2	9,5
Narrative Darstellungsformen	-	-	-	-
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	0:45:24	100,0	19	100,0
Politische Sachthemen	-	-	-	-
Gesellschaft	0:18:42	41,2	8	42,1
Human Touch	0:16:16	35,8	7	36,8
Private Lebenswelt	0:08:19	18,3	2	10,5
Sport	-	-	-	-
Sonstiges	0:02:07	4,7	2	10,5
Raumbezüge der Berichterstattung	0:50:45	100,0	21	100,0
Ohne Raumbezug	0:26:42	52,6	11	52,4
International/National	0:18:42	36,8	8	38,1
NRW	-	-	-	-
Sendegebiet	0:05:21	10,5	2	9,5
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			20	100,0
Führungselite			-	-
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			-	-
Interessenvertreter			-	-
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			4	20,0
Experten			1	5,0
Normalbürger			15	75,0
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			-	-

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 12: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Hamm (Radio Lippewelle Hamm)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	15:10:36	100,0	434	100,0
Allgemeines Mischmagazin	4:12:45	27,8	127	29,3
Musikmagazin	6:43:59	44,4	177	40,8
Ressort-Magazin	1:40:51	11,1	63	14,5
Monothematische Sendung	2:33:01	16,8	67	15,4
Sonstiges	-	-	-	-
Sprache	15:10:36	100,0	434	100,0
deutschsprachig	15:10:36	100,0	434	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	15:10:36	100,0	434	100,0
Musik	11:26:45	75,4	190	43,8
Verpackung	0:15:36	1,7	47	10,8
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:10:36	7,8	116	26,7
Wortunterhaltungsformen	0:01:34	0,2	1	0,2
Information	2:16:05	14,9	80	18,4
Vermittlungsform	2:16:05	100,0	80	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:39:36	73,2	55	68,8
Service	0:10:59	8,1	6	7,5
Nachrichten	-	-	-	-
Journalistische Darstellungsformen	0:25:30	18,7	19	23,8
Narrative Darstellungsformen	-	-	-	-
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	2:05:06	100,0	74	100,0
Politische Sachthemen	-	-	-	-
Gesellschaft	1:45:48	84,6	62	83,8
Human Touch	0:03:07	2,5	2	2,7
Private Lebenswelt	0:02:13	1,8	1	1,4
Sport	0:12:17	9,8	8	10,8
Sonstiges	0:01:41	1,3	1	1,4
Raumbezüge der Berichterstattung	2:16:05	100,0	80	100,0
Ohne Raumbezug	0:08:02	5,9	5	6,3
International/National	0:46:03	33,8	36	45,0
NRW	-	-	-	-
Sendegebiet	1:22:00	60,3	39	48,8
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			67	100,0
Führungselite			-	-
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			7	10,4
Interessenvertreter			-	-
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			24	35,8
Experten			9	13,4
Normalbürger			24	35,8
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			3	4,5

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 13: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Herford (Radio Herford)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	11:52:46	100,0	269	100,0
Allgemeines Mischmagazin	0:50:37	7,1	19	7,1
Musikmagazin	5:06:07	42,9	130	48,3
Ressort-Magazin	0:51:34	7,2	19	7,1
Monothematische Sendung	3:21:43	28,3	67	24,9
Sonstiges	1:42:45	14,4	34	12,6
Sprache	11:52:46	100,0	269	100,0
deutschsprachig	11:52:46	100,0	269	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	11:52:46	100,0	269	100,0
Musik	8:38:50	72,8	126	46,8
Verpackung	0:02:50	0,4	18	6,7
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:54:06	7,6	73	27,1
Wortunterhaltungsformen	0:04:11	0,6	2	0,7
Information	2:12:49	18,6	50	18,6
Vermittlungsform	2:12:49	100,0	50	100,0
Moderation mit Infocharakter	0:17:36	13,3	9	18,0
Service	0:11:55	9,0	9	18,0
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	0:26:37	20,0	11	22,0
Narrative Darstellungsformen	1:16:41	57,7	21	42,0
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	2:00:54	100,0	41	100,0
Politische Sachthemen	0:17:40	14,6	8	19,5
Gesellschaft	0:36:31	30,2	16	39,0
Human Touch	0:53:46	44,5	10	24,4
Private Lebenswelt	0:12:57	10,7	7	17,1
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	2:12:49	100,0	50	100,0
Ohne Raumbezug	0:07:12	5,4	5	10,0
International/National	1:32:03	69,3	27	54,0
NRW	0:03:32	2,7	1	2,0
Sendegebiet	0:30:02	22,6	17	34,0
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			59	100,0
Führungselite			–	–
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			–	–
Interessenvertreter			24	40,7
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			–	–
Experten			6	10,2
Normalbürger			29	49,2
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

**Tabelle A 14: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Höxter/
Paderborn (Radio Hochstift)**

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	7:14:45	100,0	223	100,0
Allgemeines Mischmagazin	4:16:17	58,9	119	53,4
Musikmagazin	0:50:52	11,7	24	10,8
Ressort-Magazin	0:49:20	11,3	37	16,6
Monothematische Sendung	1:18:16	18,0	43	19,3
Sonstiges	-	-	-	-
Sprache	7:14:45	100,0	223	100,0
deutschsprachig	7:14:45	100,0	223	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	7:14:45	100,0	223	100,0
Musik	5:22:04	74,1	79	35,4
Verpackung	0:04:06	0,9	32	14,3
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:20:14	4,7	56	25,1
Wortunterhaltungsformen	0:02:03	0,5	1	0,4
Information	1:26:18	19,9	55	24,7
Vermittlungsform	1:26:18	100,0	55	100,0
Moderation mit Infocharakter	0:34:42	40,2	16	29,1
Service	0:14:24	16,7	13	23,6
Nachrichten	0:16:07	18,7	17	30,9
Journalistische Darstellungsformen	0:03:44	4,3	1	1,8
Narrative Darstellungsformen	0:17:21	20,1	8	14,5
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	1:11:54	100,0	42	100,0
Politische Sachthemen	-	-	-	-
Gesellschaft	0:51:00	70,9	29	69,0
Human Touch	0:11:49	16,4	9	21,4
Private Lebenswelt	0:09:05	12,6	4	9,5
Sport	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Raumbezüge der Berichterstattung	1:26:18	100,0	55	100,0
Ohne Raumbezug	0:03:35	4,2	2	3,6
International/National	0:24:15	28,1	14	25,5
NRW	-	-	-	-
Sendegebiet	0:58:28	67,7	39	70,9
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			12	100,0
Führungselite			-	-
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nach-geordneter Bedeutung“			10	83,3
Interessenvertreter			-	-
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			-	-
Experten			-	-
Normalbürger			1	8,3
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			1	8,3

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 15: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Köln (Radio Köln 107,1)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	24:23:21	100,0	666	100,0
Allgemeines Mischmagazin	10:05:28	41,4	281	42,2
Musikmagazin	5:55:46	24,3	156	23,4
Ressort-Magazin	3:19:57	13,7	101	15,2
Monothematische Sendung	5:02:10	20,6	128	19,2
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	24:23:21	100,0	666	100,0
deutschsprachig	24:23:21	100,0	666	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	24:23:21	100,0	666	100,0
Musik	15:59:21	65,6	272	40,8
Verpackung	0:24:54	1,7	104	15,6
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:21:41	5,6	152	22,8
Wortunterhaltungsformen	0:27:40	1,9	20	3,0
Information	6:09:45	25,3	118	17,7
Vermittlungsform	6:09:45	100,0	118	100,0
Moderation mit Infocharakter	3:51:21	62,6	68	57,6
Service	0:24:21	6,6	15	12,7
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	1:41:04	27,3	31	26,3
Narrative Darstellungsformen	0:12:59	3,5	4	3,4
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	5:53:34	100,0	105	100,0
Politische Sachthemen	0:19:09	5,4	7	6,7
Gesellschaft	3:26:50	58,5	67	63,8
Human Touch	1:17:29	21,9	18	17,1
Private Lebenswelt	0:50:06	14,2	13	12,4
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	6:09:45	100,0	118	100,0
Ohne Raumbezug	2:25:34	39,4	39	33,1
International/National	0:39:54	10,8	19	16,1
NRW	0:24:46	6,7	5	4,2
Sendegebiet	2:39:31	43,1	55	46,6
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			122	100,0
Führungselite			3	2,5
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			3	2,5
Interessenvertreter			4	3,3
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			13	10,7
Experten			12	9,8
Normalbürger			87	71,3
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 16: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Krefeld/Viersen (Welle N Niederrhein)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	16:00:07	100,0	461	100,0
Allgemeines Mischmagazin	2:09:01	13,4	79	17,1
Musikmagazin	5:02:12	31,5	158	34,3
Ressort-Magazin	5:27:14	34,1	136	29,5
Monothematische Sendung	3:21:40	21,0	88	19,1
Sonstiges	-	-	-	-
Sprache	16:00:07	100,0	461	100,0
deutschsprachig	16:00:07	100,0	461	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	16:00:07	100,0	461	100,0
Musik	10:54:02	68,1	188	40,8
Verpackung	0:14:31	1,5	71	15,4
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:00:26	6,3	100	21,7
Wortunterhaltungsformen	0:07:43	0,8	3	0,7
Information	3:43:25	23,3	99	21,5
Vermittlungsform	3:43:25	100,0	99	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:59:58	53,7	55	55,6
Service	0:20:41	9,3	15	15,2
Nachrichten	0:00:52	0,4	1	1,0
Journalistische Darstellungsformen	0:55:40	24,9	21	21,2
Narrative Darstellungsformen	0:26:14	11,7	7	7,1
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	3:23:56	100,0	86	100,0
Politische Sachthemen	0:17:48	8,7	8	9,3
Gesellschaft	2:09:56	63,7	58	67,4
Human Touch	0:05:46	2,8	6	7,0
Private Lebenswelt	0:13:00	6,4	4	4,7
Sport	0:37:26	18,4	10	11,6
Sonstiges	-	-	-	-
Raumbezüge der Berichterstattung	3:43:25	100,0	99	100,0
Ohne Raumbezug	0:05:26	2,4	5	5,1
International/National	0:20:20	9,1	15	15,2
NRW	0:11:21	5,1	4	4,0
Sendegebiet	3:06:18	83,4	75	75,8
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			92	100,0
Führungselite			-	-
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			13	14,1
Interessenvertreter			2	2,2
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			4	4,3
Experten			2	2,2
Normalbürger			34	37,0
Soft-News-Akteure			1	1,1
Sonstige			36	39,1

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 17: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Lippe (Radio Lippe)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	16:52:12	100,0	272	100,0
Allgemeines Mischmagazin	1:43:49	10,3	34	12,5
Musikmagazin	4:57:47	29,4	104	38,2
Ressort-Magazin	4:13:44	25,1	88	32,4
Monothematische Sendung	2:32:55	15,1	42	15,4
Sonstiges	3:23:57	20,1	4	1,5
Sprache	16:52:12	100,0	272	100,0
deutschsprachig	13:28:15	79,9	268	98,5
fremdsprachig	3:23:57	20,1	4	1,5
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	13:28:15	100,0	268	100,0
Musik	10:05:26	74,9	128	47,8
Verpackung	0:02:27	0,3	7	2,6
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:28:46	3,6	60	22,4
Wortunterhaltungsformen	0:03:37	0,4	1	0,4
Information	2:47:59	20,8	72	26,9
Vermittlungsform	2:47:59	100,0	72	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:31:20	54,4	43	59,7
Service	0:14:06	8,4	10	13,9
Nachrichten	0:12:59	7,7	6	8,3
Journalistische Darstellungsformen	0:46:19	27,6	12	16,7
Narrative Darstellungsformen	0:03:15	1,9	1	1,4
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	2:37:50	100,0	65	100,0
Politische Sachthemen	0:02:56	1,9	1	1,5
Gesellschaft	2:29:37	94,8	61	93,8
Human Touch	0:03:49	2,4	2	3,1
Private Lebenswelt	0:01:28	0,9	1	1,5
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	2:47:59	100,0	72	100,0
Ohne Raumbezug	0:16:31	9,8	11	15,3
International/National	1:17:22	46,1	36	50,0
NRW	–	–	–	–
Sendegebiet	1:14:06	44,1	25	34,7
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			81	100,0
Führungselite			–	–
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			–	–
Interessenvertreter			–	–
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			1	1,2
Experten			–	–
Normalbürger			40	49,4
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			40	49,4

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 18: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Märkischer Kreis (Radio MK)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	22:30:50	100,0	530	100,0
Allgemeines Mischmagazin	3:37:26	16,1	89	16,8
Musikmagazin	9:13:09	40,9	238	44,9
Ressort-Magazin	1:37:41	7,2	36	6,8
Monothematische Sendung	7:09:41	31,8	147	27,7
Sonstiges	0:52:53	3,9	20	3,8
Sprache	22:30:50	100,0	530	100,0
deutschsprachig	22:30:50	100,0	530	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	22:30:50	100,0	530	100,0
Musik	15:45:59	70,0	233	44,0
Verpackung	0:11:46	0,9	37	7,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:12:43	5,4	127	24,0
Wortunterhaltungsformen	0:26:32	2,0	8	1,5
Information	4:53:50	21,8	125	23,6
Vermittlungsform	4:53:50	100,0	125	100,0
Moderation mit Infocharakter	2:28:57	50,7	70	56,0
Service	0:22:09	7,5	18	14,4
Nachrichten	0:01:22	0,5	1	0,8
Journalistische Darstellungsformen	1:28:18	30,1	26	20,8
Narrative Darstellungsformen	0:33:04	11,3	10	8,0
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	4:24:32	100,0	104	100,0
Politische Sachthemen	0:34:56	13,2	6	5,8
Gesellschaft	2:25:39	55,1	65	62,5
Human Touch	1:19:27	30,0	31	29,8
Private Lebenswelt	0:04:30	1,7	2	1,9
Sport	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Raumbezüge der Berichterstattung	4:53:50	100,0	125	100,0
Ohne Raumbezug	0:47:51	16,3	24	19,2
International/National	1:44:24	35,5	41	32,8
NRW	0:12:19	4,2	6	4,8
Sendegebiet	2:09:16	44,0	54	43,2
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			153	100,0
Führungselite			9	5,9
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			8	5,2
Interessenvertreter			2	1,3
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			-	-
Experten			1	0,7
Normalbürger			118	77,1
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			15	9,8

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 19: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Mettmann (Radio Neandertal 97,6)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	7:50:57	100,0	192	100,0
Allgemeines Mischmagazin	1:41:42	21,6	44	22,9
Musikmagazin	-	-	-	-
Ressort-Magazin	3:32:37	45,1	87	45,3
Monothematische Sendung	2:36:38	33,3	61	31,8
Sonstiges	-	-	-	-
Sprache	7:50:57	100,0	192	100,0
deutschsprachig	7:50:57	100,0	192	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	7:50:57	100,0	192	100,0
Musik	4:53:01	62,2	90	46,9
Verpackung	0:03:05	0,7	14	7,3
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:17:25	3,7	28	14,6
Wortunterhaltungsformen	0:17:06	3,6	8	4,2
Information	2:20:20	29,8	52	27,1
Vermittlungsform	2:20:20	100,0	52	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:27:40	62,5	35	67,3
Service	0:07:56	5,7	3	5,8
Nachrichten	0:02:58	2,1	4	7,7
Journalistische Darstellungsformen	0:39:29	28,1	9	17,3
Narrative Darstellungsformen	0:02:17	1,6	1	1,9
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	2:20:20	100,0	52	100,0
Politische Sachthemen	0:04:34	3,3	2	3,8
Gesellschaft	1:50:58	79,1	42	80,8
Human Touch	-	-	-	-
Private Lebenswelt	0:24:48	17,7	8	15,4
Sport	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Raumbezüge der Berichterstattung	2:20:20	100,0	52	100,0
Ohne Raumbezug	0:22:43	16,2	8	15,4
International/National	0:24:09	17,2	10	19,2
NRW	0:21:44	15,5	4	7,7
Sendegebiet	1:11:44	51,1	30	57,7
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			72	100,0
Führungselite			4	5,6
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			1	1,4
Interessenvertreter			-	-
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			14	19,4
Experten			22	30,6
Normalbürger			31	43,1
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			-	-

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 20: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Minden-Lübbecke (Radio Westfalica)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	4:56:07	100,0	107	100,0
Allgemeines Mischmagazin	2:31:41	51,2	62	57,9
Musikmagazin	2:24:26	48,8	45	42,1
Ressort-Magazin	–	–	–	–
Monothematische Sendung	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	4:56:07	100,0	107	100,0
deutschsprachig	4:05:39	83,0	106	99,1
fremdsprachig	0:50:28	17,0	1	0,9
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	4:05:39	100,0	106	100,0
Musik	2:53:31	70,6	44	41,5
Verpackung	0:01:46	0,7	10	9,4
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:20:37	8,4	28	26,4
Wortunterhaltungsformen	0:07:31	3,1	5	4,7
Information	0:42:14	17,2	19	17,9
Vermittlungsform	0:42:14	100,0	19	100,0
Moderation mit Infocharakter	0:14:36	34,6	9	47,4
Service	0:04:41	11,1	4	21,1
Nachrichten	0:05:59	14,2	3	15,8
Journalistische Darstellungsformen	0:16:58	40,2	3	15,8
Narrative Darstellungsformen	–	–	–	–
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	0:37:33	100,0	15	100,0
Politische Sachthemen	0:06:36	17,6	1	6,7
Gesellschaft	0:24:28	65,2	10	66,7
Human Touch	–	–	–	–
Private Lebenswelt	0:06:29	17,3	4	26,7
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	0:42:14	100,0	19	100,0
Ohne Raumbezug	0:06:29	15,4	4	21,1
International/National	0:13:15	31,4	5	26,3
NRW	0:00:25	1,0	1	5,3
Sendegebiet	0:22:05	52,3	9	47,4
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			2	100,0
Führungselite			–	–
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			1	50,0
Interessenvertreter			1	50,0
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			–	–
Experten			–	–
Normalbürger			–	–
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 21: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Mönchengladbach (Radio 90,1 Mönchengladbach)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	15:12:10	100,0	384	100,0
Allgemeines Mischmagazin	3:24:51	22,5	93	24,2
Musikmagazin	4:57:03	32,6	132	34,4
Ressort-Magazin	0:50:51	5,6	22	5,7
Monothematische Sendung	4:15:10	28,0	94	24,5
Sonstiges	1:44:15	11,4	43	11,2
Sprache	15:12:10	100,0	384	100,0
deutschsprachig	15:12:10	100,0	384	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	15:12:10	100,0	384	100,0
Musik	10:37:29	69,9	167	43,5
Verpackung	0:09:34	1,0	50	13,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:08:18	7,5	98	25,5
Wortunterhaltungsformen	0:10:29	1,1	3	0,8
Information	3:06:20	20,4	66	17,2
Vermittlungsform	3:06:20	100,0	66	100,0
Moderation mit Infocharakter	0:47:08	25,3	19	28,8
Service	0:20:39	11,1	16	24,2
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	1:06:38	35,8	17	25,8
Narrative Darstellungsformen	0:51:55	27,9	14	21,2
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	2:45:59	100,0	51	100,0
Politische Sachthemen	0:03:00	1,8	2	3,9
Gesellschaft	2:28:57	89,7	45	88,2
Human Touch	0:01:17	,8	1	2,0
Private Lebenswelt	–	–	–	–
Sport	0:12:45	7,7	3	5,9
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	3:06:20	100,0	66	100,0
Ohne Raumbezug	0:09:59	5,4	4	6,1
International/National	0:27:46	14,9	7	10,6
NRW	0:00:30	0,3	1	1,5
Sendegebiet	2:28:05	79,5	54	81,8
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			118	100,0
Führungselite			–	–
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			4	3,4
Interessenvertreter			44	37,3
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			1	0,8
Experten			–	–
Normalbürger			60	50,8
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			9	7,6

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 22: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Stadt Münster (Antenne Münster)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	21:54:19	100,0	535	100,0
Allgemeines Mischmagazin	1:43:07	7,8	35	6,5
Musikmagazin	10:33:52	48,2	268	50,1
Ressort-Magazin	4:33:58	20,8	127	23,7
Monothematische Sendung	4:39:21	21,3	104	19,4
Sonstiges	0:24:01	1,8	1	0,2
Sprache	21:54:19	100,0	535	100,0
deutschsprachig	21:30:18	98,2	534	99,8
fremdsprachig	0:24:01	1,8	1	0,2
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	21:30:18	100,0	534	100,0
Musik	14:48:30	68,9	253	47,4
Verpackung	0:07:43	0,6	30	5,6
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:33:56	7,3	130	24,3
Wortunterhaltungsformen	0:08:12	0,6	3	0,6
Information	4:51:57	22,6	118	22,1
Vermittlungsform	4:51:57	100,0	118	100,0
Moderation mit Infocharakter	3:35:22	73,8	83	70,3
Service	0:18:42	6,4	11	9,3
Nachrichten	0:02:12	0,8	6	5,1
Journalistische Darstellungsformen	0:52:13	17,9	16	13,6
Narrative Darstellungsformen	-	-	-	-
Sonstige informierende Formen	0:03:28	1,2	2	1,7
Themenfelder der Berichterstattung**	4:51:57	100,0	118	100,0
Politische Sachthemen	0:17:04	5,8	5	4,2
Gesellschaft	3:57:48	81,5	103	87,3
Human Touch	0:00:45	0,3	1	0,8
Private Lebenswelt	0:10:59	3,8	4	3,4
Sport	0:24:35	8,4	4	3,4
Sonstiges	0:00:46	0,3	1	0,8
Raumbezüge der Berichterstattung	4:51:57	100,0	118	100,0
Ohne Raumbezug	0:21:07	7,2	17	14,4
International/National	1:20:56	27,7	49	41,5
NRW	0:00:30	0,2	1	0,8
Sendegebiet	3:09:24	64,9	51	43,2
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			100	100,0
Führungselite			1	1,0
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			-	-
Interessenvertreter			11	11,0
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			20	20,0
Experten			28	28,0
Normalbürger			40	40,0
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			-	-

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 23: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Neuss (NE-WS 89,4)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	4:28:25	100,0	103	100,0
Allgemeines Mischmagazin	2:57:07	66,0	68	66,0
Musikmagazin	0:50:34	18,8	18	17,5
Ressort-Magazin	–	–	–	–
Monothematische Sendung	0:40:44	15,2	17	16,5
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	4:28:25	100,0	103	100,0
deutschsprachig	4:28:25	100,0	103	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	4:28:25	100,0	103	100,0
Musik	3:16:57	73,4	43	41,7
Verpackung	0:05:23	2,0	17	16,5
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:13:40	5,1	24	23,3
Wortunterhaltungsformen	0:11:39	4,3	3	2,9
Information	0:40:46	15,2	16	15,5
Vermittlungsform	0:40:46	100,0	16	100,0
Moderation mit Infocharakter	0:25:53	63,5	9	56,3
Service	0:00:55	2,2	1	6,3
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	0:13:58	34,3	6	37,5
Narrative Darstellungsformen	–	–	–	–
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	0:39:51	100,0	15	100,0
Politische Sachthemen	0:05:02	12,6	1	6,7
Gesellschaft	0:08:23	21,0	4	26,7
Human Touch	0:15:12	38,1	7	46,7
Private Lebenswelt	0:11:14	28,2	3	20,0
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	0:40:46	100,0	16	100,0
Ohne Raumbezug	0:06:14	15,3	2	12,5
International/National	0:03:22	8,3	2	12,5
NRW	0:00:55	2,2	1	6,3
Sendegebiet	0:30:15	74,2	11	68,8
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			25	100,0
Führungselite			1	4,0
Honoratioren			1	4,0
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			1	4,0
Interessenvertreter			–	–
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			–	–
Experten			7	28,0
Normalbürger			15	60,0
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 24: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Oberberg./Rheinisch-Berg. Kreis (Radio Berg)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	13:24:31	100,0	328	100,0
Allgemeines Mischmagazin	4:24:48	32,9	123	37,5
Musikmagazin	2:50:47	21,2	62	18,9
Ressort-Magazin	3:36:55	27,0	85	25,9
Monothematische Sendung	2:32:01	18,9	58	17,7
Sonstiges	-	-	-	-
Sprache	13:24:31	100,0	328	100,0
deutschsprachig	13:24:31	100,0	328	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	13:24:31	100,0	328	100,0
Musik	9:17:34	69,3	133	40,5
Verpackung	0:10:03	1,2	43	13,1
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:35:04	4,4	65	19,8
Wortunterhaltungsformen	0:10:37	1,3	7	2,1
Information	3:11:13	23,8	80	24,4
Vermittlungsform	3:11:13	100,0	80	100,0
Moderation mit Infocharakter	2:15:38	70,9	49	61,3
Service	0:01:02	0,5	2	2,5
Nachrichten	0:01:59	1,0	2	2,5
Journalistische Darstellungsformen	0:17:24	9,1	9	11,3
Narrative Darstellungsformen	0:35:10	18,4	18	22,5
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	3:07:46	100,0	77	100,0
Politische Sachthemen	0:04:42	2,5	1	1,3
Gesellschaft	1:46:33	56,7	41	53,2
Human Touch	0:17:42	9,4	12	15,6
Private Lebenswelt	0:48:09	25,6	18	23,4
Sport	0:10:40	5,7	5	6,5
Sonstiges	-	-	-	-
Raumbezüge der Berichterstattung	3:11:13	100,0	80	100,0
Ohne Raumbezug	0:35:18	18,5	16	20,0
International/National	0:25:10	13,2	10	12,5
NRW	0:10:35	5,5	3	3,8
Sendegebiet	2:00:10	62,8	51	63,8
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			77	100,0
Führungselite			2	2,6
Honoratioren			1	1,3
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			6	7,8
Interessenvertreter			1	1,3
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			21	27,3
Experten			1	1,3
Normalbürger			45	58,4
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			-	-

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 25: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Remscheid/Solingen (Radio RSG)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	12:41:38	100,0	289	100,0
Allgemeines Mischmagazin	1:43:09	13,5	44	15,2
Musikmagazin	1:39:58	13,1	36	12,5
Ressort-Magazin	5:03:51	39,9	107	37,0
Monothematische Sendung	4:14:40	33,4	102	35,3
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	12:41:38	100,0	289	100,0
deutschsprachig	12:41:38	100,0	289	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	12:41:38	100,0	289	100,0
Musik	7:52:55	62,1	129	44,6
Verpackung	0:06:25	0,8	25	8,7
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:44:05	5,8	63	21,8
Wortunterhaltungsformen	0:00:41	0,1	1	0,3
Information	3:57:32	31,2	71	24,6
Vermittlungsform	3:57:32	100,0	71	100,0
Moderation mit Infocharakter	2:07:38	53,7	36	50,7
Service	0:10:10	4,3	6	8,5
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	1:14:16	31,3	18	25,4
Narrative Darstellungsformen	0:17:30	7,4	7	9,9
Sonstige informierende Formen	0:07:58	3,4	4	5,6
Themenfelder der Berichterstattung**	3:56:14	100,0	70	100,0
Politische Sachthemen	0:05:54	2,5	2	2,9
Gesellschaft	2:55:15	74,2	46	65,7
Human Touch	0:03:51	1,6	2	2,9
Private Lebenswelt	0:48:40	20,6	19	27,1
Sport	0:02:34	1,1	1	1,4
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	3:57:32	100,0	71	100,0
Ohne Raumbezug	0:39:15	16,5	18	25,4
International/National	1:15:11	31,7	20	28,2
NRW	0:02:39	1,1	1	1,4
Sendegebiet	2:00:27	50,7	32	45,1
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			107	100,0
Führungselite			1	0,9
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			5	4,7
Interessenvertreter			–	–
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			–	–
Experten			5	4,7
Normalbürger			96	89,7
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 26: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Siegen-Wittgenstein (Radio Siegen)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	9:12:01	100,0	216	100,0
Allgemeines Mischmagazin	1:41:35	18,4	45	20,8
Musikmagazin	0:51:09	9,3	18	8,3
Ressort-Magazin	0:46:28	8,4	21	9,7
Monothematische Sendung	5:52:49	63,9	132	61,1
Sonstiges	-	-	-	-
Sprache	9:12:01	100,0	216	100,0
deutschsprachig	9:12:01	100,0	216	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	9:12:01	100,0	216	100,0
Musik	6:34:34	71,5	89	41,2
Verpackung	0:05:27	1,0	35	16,2
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:17:19	3,1	34	15,7
Wortunterhaltungsformen	-	-	-	-
Information	2:14:41	24,4	58	26,9
Vermittlungsform	2:14:41	100,0	58	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:10:04	52,0	34	58,6
Service	0:00:34	0,4	1	1,7
Nachrichten	-	-	-	-
Journalistische Darstellungsformen	0:07:26	5,5	3	5,2
Narrative Darstellungsformen	0:56:37	42,0	20	34,5
Sonstige informierende Formen	-	-	-	-
Themenfelder der Berichterstattung**	2:14:07	100,0	57	100,0
Politische Sachthemen	0:27:04	20,2	12	21,1
Gesellschaft	1:12:54	54,4	34	59,6
Human Touch	0:34:09	25,5	11	19,3
Private Lebenswelt	-	-	-	-
Sport	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	-
Raumbezüge der Berichterstattung	2:14:41	100,0	58	100,0
Ohne Raumbezug	0:32:47	24,3	17	28,8
International/National	0:16:29	12,2	9	15,3
NRW	0:04:48	3,5	2	3,4
Sendegebiet	1:20:37	59,9	30	52,5
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			98	100
Führungselite			7	7,1
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			21	21,4
Interessenvertreter			49	50,0
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			-	-
Experten			-	-
Normalbürger			21	21,4
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			-	-

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 27: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Soest (Hellwegradio)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	15:54:36	100,0	394	100,0
Allgemeines Mischmagazin	3:36:09	22,6	84	21,3
Musikmagazin	6:09:36	38,7	163	41,4
Ressort-Magazin	3:31:50	22,2	89	22,6
Monothematische Sendung	2:37:01	16,4	58	14,7
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	15:54:36	100,0	394	100,0
deutschsprachig	15:54:36	100,0	394	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	15:54:36	100,0	394	100,0
Musik	11:58:54	75,3	185	47,0
Verpackung	0:03:08	0,3	12	3,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:58:45	6,2	101	25,6
Wortunterhaltungsformen	0:00:48	0,1	2	0,5
Information	2:53:01	18,1	94	23,9
Vermittlungsform	2:53:01	100,0	94	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:52:05	64,8	65	69,1
Service	0:41:14	23,8	20	21,3
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	0:16:54	9,8	7	7,4
Narrative Darstellungsformen	0:02:48	1,6	2	2,1
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	2:08:49	100,0	72	100,0
Politische Sachthemen	0:10:09	7,9	6	8,3
Gesellschaft	1:57:14	91,0	65	90,3
Human Touch	–	–	–	–
Private Lebenswelt	0:01:26	1,1	1	1,4
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	2:53:01	100,0	94	100,0
Ohne Raumbezug	0:07:58	4,6	6	6,4
International/National	0:22:45	13,1	22	23,4
NRW	0:01:27	0,8	1	1,1
Sendegebiet	2:20:51	81,4	65	69,1
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			64	100,0
Führungselite			–	–
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			–	–
Interessenvertreter			35	54,7
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			14	21,9
Experten			4	6,3
Normalbürger			11	17,2
Soft-News-Akteure			–	–
Sonstige			–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 28: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Steinfurt (Radio RST)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	2:30:41	100,0	50	100,0
Allgemeines Mischmagazin	–	–	–	–
Musikmagazin	0:52:31	34,9	18	36,0
Ressort-Magazin	1:38:10	65,1	32	64,0
Monothematische Sendung	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	2:30:41	100,0	50	100,0
deutschsprachig	2:30:41	100,0	50	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	2:30:41	100,0	50	100,0
Musik	1:43:35	68,7	23	46,0
Verpackung	0:02:29	1,6	5	10,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:05:37	3,7	10	20,0
Wortunterhaltungsformen	0:07:11	4,8	3	6,0
Information	0:31:49	21,1	9	18,0
Vermittlungsform	0:31:49	100,0	9	100,0
Moderation mit Infocharakter	0:03:46	11,8	3	33,3
Service	0:06:02	19,0	1	11,1
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	0:22:01	69,2	5	55,6
Narrative Darstellungsformen	–	–	–	–
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	0:25:47	100,0	8	100,0
Politische Sachthemen	–	–	–	–
Gesellschaft	0:25:47	100,0	8	100,0
Human Touch	–	–	–	–
Private Lebenswelt	–	–	–	–
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	0:31:49	100,0	9	100,0
Ohne Raumbezug	–	–	–	–
International/National	0:01:31	4,8	2	22,2
NRW	–	–	–	–
Sendegebiet	0:30:18	95,2	7	77,8
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			6	100,0
Führungselite	–	–	–	–
Honoratioren	–	–	–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“	–	–	–	–
Interessenvertreter	–	–	5	83,3
Wirtschaftlicher Gegenbereich	–	–	–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich	–	–	–	–
Experten	–	–	–	–
Normalbürger	–	–	1	16,7
Soft-News-Akteure	–	–	–	–
Sonstige	–	–	–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 29: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Unna (Antenne Unna)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	14:28:40	100,0	340	100,0
Allgemeines Mischmagazin	5:45:04	39,7	134	39,4
Musikmagazin	4:09:15	28,7	89	26,2
Ressort-Magazin	2:05:20	14,4	43	12,6
Monothematische Sendung	2:29:01	17,2	74	21,8
Sonstiges
Sprache	14:28:40	100,0	340	100,0
deutschsprachig	14:28:40	100,0	340	100,0
fremdsprachig	-	-	-	-
gemischt-sprachig	-	-	-	-
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	14:28:40	100,0	340	100,0
Musik	10:01:23	69,2	154	45,3
Verpackung	0:06:47	,8	20	5,9
Regie- und Unterhaltungsmoderation	1:07:36	7,8	80	23,5
Wortunterhaltungsformen	0:10:50	1,2	5	1,5
Information	3:02:04	21,0	81	23,8
Vermittlungsform	3:02:04	100,0	81	100,0
Moderation mit Infocharakter	1:23:06	45,6	34	42,0
Service	0:16:10	8,9	11	13,6
Nachrichten	-	-	-	-
Journalistische Darstellungsformen	0:52:00	28,6	17	21,0
Narrative Darstellungsformen	0:22:52	12,6	13	16,0
Sonstige informierende Formen	0:07:56	4,4	6	7,4
Themenfelder der Berichterstattung**	3:02:47	100,0	82	100,0
Politische Sachthemen	0:56:07	30,7	22	26,8
Gesellschaft	1:33:20	51,1	47	57,3
Human Touch	-	-	-	-
Private Lebenswelt	0:04:42	2,6	2	2,4
Sport	0:25:30	14,0	8	9,8
Sonstiges	0:03:08	1,7	3	3,7
Raumbezüge der Berichterstattung	3:02:04	100,0	81	100,0
Ohne Raumbezug	0:10:31	5,8	6	7,3
International/National	1:12:32	39,9	35	43,9
NRW	0:27:23	15,0	10	12,2
Sendegebiet	1:11:38	39,3	30	36,6
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			35	100,0
Führungselite			1	2,9
Honoratioren			-	-
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			-	-
Interessenvertreter			10	28,6
Wirtschaftlicher Gegenbereich			-	-
Vertreter aus dem Kulturbereich			7	20,0
Experten			4	11,4
Normalbürger			10	28,6
Soft-News-Akteure			-	-
Sonstige			3	8,6

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Tabelle A 30: Kernergebnisse der Bürgerfunk-Programmanalyse für den Standort Kreis Warendorf (Radio WAF)

	Zeit absolut	Zeit in Prozent	Fälle absolut*	Fälle in Prozent
Sendungsformate	8:25:06	100,0	233	100,0
Allgemeines Mischmagazin	–	–	–	–
Musikmagazin	4:14:19	50,3	129	55,4
Ressort-Magazin	2:32:58	30,3	60	25,8
Monothematische Sendung	1:37:49	19,4	44	18,9
Sonstiges	–	–	–	–
Sprache	8:25:06	100,0	233	100,0
deutschsprachig	8:25:06	100,0	233	100,0
fremdsprachig	–	–	–	–
gemischt-sprachig	–	–	–	–
Grundstruktur des Bürgerfunk-Angebots	8:25:06	100,0	233	100,0
Musik	6:17:12	74,7	95	40,8
Verpackung	0:03:24	0,7	21	9,0
Regie- und Unterhaltungsmoderation	0:39:13	7,8	70	30,0
Wortunterhaltungsformen	0:02:22	0,5	1	0,4
Information	1:22:55	16,4	46	19,7
Vermittlungsform	1:22:55	100,0	46	100,0
Moderation mit Infocharakter	0:52:56	63,8	30	65,2
Service	0:02:56	3,5	2	4,3
Nachrichten	–	–	–	–
Journalistische Darstellungsformen	–	–	–	–
Narrative Darstellungsformen	0:27:03	32,6	14	30,4
Sonstige informierende Formen	–	–	–	–
Themenfelder der Berichterstattung**	1:22:55	100,0	46	100,0
Politische Sachthemen	–	–	–	–
Gesellschaft	1:15:15	90,8	42	91,3
Human Touch	0:07:40	9,2	4	8,7
Private Lebenswelt	–	–	–	–
Sport	–	–	–	–
Sonstiges	–	–	–	–
Raumbezüge der Berichterstattung	1:22:55	100,0	46	100,0
Ohne Raumbezug	0:17:53	21,6	11	23,9
International/National	0:55:33	67,0	30	65,2
NRW	–	–	–	–
Sendegebiet	0:09:29	11,4	5	10,9
„Zu-Wort-Kommende“ im Bürgerfunk-Programm			42	100,0
Führungselite			–	–
Honoratioren			–	–
Funktions- und Entscheidungsträger „nachgeordneter Bedeutung“			–	–
Interessenvertreter			–	–
Wirtschaftlicher Gegenbereich			–	–
Vertreter aus dem Kulturbereich			30	71,4
Experten			3	7,1
Normalbürger			2	4,8
Soft-News-Akteure			7	16,7
Sonstige			–	–

Daten: Programmanalyse des Bürgerfunks

* Fälle entsprechen der Anzahl der Untersuchungseinheiten (= selbstständige Sendungselemente)

** Ohne Wetter und Veranstaltungstipps

Codeplan Evaluation Bürgerfunk NRW

I Sendungsbezogene Variablen

ID [wird automatisch erstellt]

ID 2 [wird automatisch erstellt]

V 1 **Senderkennung (Liste 1)**

V 2 **Sendetag**

Zweistellig [01 - 31]

V 3 **Sendung**

Name der Sendung laut Selbstetikettierung

V 4 **Sendezeit**

runde Zeiten eintragen, z.B. 18-19 Uhr [Werteliste vorhanden]

V 5 **Speichermedium-Nr.**

Lfd.-Nr.

V 6 **Sendungstyp**

1 Allgemeines Mischmagazin

2 Musikmagazin/Musiksendung

3 Ressort-Magazin (z.B. Soziales, Behinderte, 3. Welt usw.,
aber verschiedene Themen und Formen)

4 Monothematische Sendung (= Sendung ist einem Thema
gewidmet)

5

6

9 Sonstiges

V 7 **Sprache**

1 deutschsprachig/Mundart

→ V 9

2 fremdsprachig

→ V 8

3 gemischt-sprachig

→ V 8

V 8 **Auftauchende Sprachen**

Textfeld

→ Ende

V 9.1 Produzentengruppe

1	keine spezielle Produzentengruppe	→ V 9.2
2	Migranten	→ V 9.2
3	Frauen	→ V 9.2
4	Schwule/Lesben	→ V 9.2
5	Senioren	→ V 9.2
6	Kinder/Jugendliche	→ V 9.2
7	Kirche, Religion	→ V 9.2
8	...	→ V 9.2
9	Interessengruppe	→ V 9.1.1
10	...	→ V 9.2
11	Sonstige	→ V 9.2

V 9.1.1 Interessengruppe

Textfeld

V 9.2 Zielgruppe und Special Interest

1	keine Zielgruppensendung	→ V 10
2	Migranten	→ V 10
3	Frauen	→ V 10
4	Schwule/Lesben	→ V 10
5	Senioren	→ V 10
6	Kinder/Jugendliche	→ V 10
7	Kirche, Religion	→ V 10
8	...	→ V 10
9	Interessengruppe	→ V 9.2.1
10	...	→ V 10
11	Sonstige	→ V 10

V 9.2.1 Zielgruppe

Textfeld

II Vercodung auf Beitragsebene - UEs**V 10 UE-Beginn**

Std:Min:Sek

V 11 UE-Ende

Std:Min:Sek

V 12 UE-Dauer

Min:Sek [wird automatisch erstellt]

V 20 Typ

- | | | |
|---|-------------------------------------------------|--------|
| 1 | Musik | ➔ Ende |
| 2 | Verpackung (alle Formen, z.B. Jingles, Trailer) | ➔ Ende |
| 3 | Regie- und Unterhaltungsmoderation | ➔ Ende |
| 4 | Wortunterhaltungsformen | ➔ Ende |
| 5 | Wort (Information, inhaltlich, journalistisch) | |

V 21 Vermittlungsform

- | | | |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1 | Moderation mit Informationscharakter.
Dieser Formtyp ist bestimmt durch eine deutlich stärkere Informationsleistung des Moderators im Hinblick auf die angesprochenen Themen und Inhalte, ohne dass der Moderator hierbei seine programmorientierende Funktion (Hinweis auf das Programmumfeld) gänzlich aufgibt. | ➔ V 22 |
| 2 | Service (hier vor allem wohl VTs) | ➔ V 23 |
| 3 | Nachrichten (Meldungen, Hinweise,) | ➔ V 24 |
| 4 | Journalistische Darstellungsformen | ➔ V 25 |
| 5 | Narrative Darstellungsformen | ➔ V 26 |
| 9 | Sonstige informierende Formen | ➔ V 30 |

V 22 Moderation mit Informationscharakter

- | | |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | <u>Regie- u./o. Musikbezug</u> zzgl. ausführl. Sachinformationen |
| 2 | Moderation u. Meldung/ Bericht/ Analyse/ Kommentar werden vermischt („der <u>Moderator</u> übernimmt partiell die Rolle des <u>Journalisten</u> “) |
| 3 | Gespräch mit dem Hörer |
| 4 | Interview mit Experten/ Politiker/ Künstler (z.B. Kochen)/ Gesprächsrunde im Studio |
| 5 | Moderator im Dialog mit Korrespondent |

V 23 Service

- | | |
|---|---------------------------------------------------------------------------|
| 1 | VTs (hier auch Sammel-VTs als eine UE/kein Akteur/ Lokalbezug/Thema C 60) |
| 2 | Rezepte |
| 3 | Hinweise, Hilfestellung, Beratung |
| 4 | Kurze Buchtipps |
| 5 | ... |
| 9 | Sonstiges |

V 24 Nachrichten

- | | |
|---|---------------------------------------------------|
| 1 | Sprechermeldung (mit u./o. ohne O-Ton), Moderator |
| 2 | Bericht |
| 3 | Korrespondentenbericht |
| 4 | Interview/Statement (O-Ton) |
| 5 | Kommentar |
| 6 | Sonstige |
| 7 | Nachrichtentelegramm (bei Thema immer C 10) |

V 25 Journalistische Darstellungsformen

- 1 Meldung
- 2 Bericht/ Kommentar/ Analyse/ Buchrezension (incl. Lesung)
- 3 Korrespondentenbericht (gebauter Beitrag, aber mit O-Ton oder Vor-Ort-Elementen) => V 62
- 4 Reportage/Feature
- 5 Interview/ Diskussion/ Statement (ohne Moderator)
- 9 Sonstiges

V 26 Narrative Darstellungsformen (es wird etwas erzählt)

- 1 Verkündigung/ Meditation/ Selbsterfahrung
- 2 Erzählende/interpretierende Erläuterungen von Sachverhalten, Biographisches; Individuum
- 3 Feuilletonistische Ausführungen (zu Gegenständen der Kunst, Literatur etc.); Individuum
- 4 Gruppenselbstdarstellung, mit Forumsfunktion

V 30 Raumbezug

- 1 Ohne Raumbezug
- 2 International/National
- 3 NRW (Bundesland)
- 4 Sendegebiet (Karte)

V 40 Hauptthema des Beitrags

[Vercodung nach Liste 2]

V 41 Hauptthema des Beitrages

Textfeld Stichwort

V 50 Wer kommt zu Wort ? (O-Ton !)

Anzahl der Zu-Wort-Kommenden pro UE in der jeweiligen Kategorie (**Zählung!**)

V 50.1 Niemand kommt zu Wort => „1“ bedeutet „niemand“

Führungseliten (durch Amt, Funktion oder „strukturelle Macht“)

V 50.2 Eindeutig Akteur des politisch-administrativen Systems (PaS), Repräsentanten institutionalisierter Gruppen (Politiker, Amtsinhaber, Funktionär etc.) aus Politik, Verbänden, Kirchen, Uni**V 50.3 Honoratioren, große oder mittelständische Wirtschaftsunternehmen** (u.a. Kammern).**V 50.4 Funktions- u. Entscheidungsträger „nachgeordneter“ Bedeutung****V 50.5 Interessenvertreter institutionalisierter Gruppen, die Anliegen von Randgruppen, Partialinteressen, Minderheiten etc. vertreten** (z.B. Umweltverband, BUND, Greenpeace, amnesty international, GfV); NGOs

- V 50.6 Wirtschaftlicher** Gegenbereich
V 50.7 Kultur (Vertreter kultureller Einrichtungen, Künstler)
V 50.8 Experte (z.B. Wissenschaftler, Sportler)
V 50.9 Normalbürger
Betroffene, Interessierte, Aktive, Handelnde.
V 50.10 Human-Touch-Akteure („Sex & Crime“)
Kriminelle, Prominente der Populärkultur o. der lokalen
Schickeria usw.
V 50.11 Sonstige (z.B. Künstler)

Zusatzvercodung

V 61 Musikunterlegung

- 1 keine Musikunterlegung
- 2 Beitrag ist musikunterlegt (z.B. Service)

V 62 Statements/Interviewelemente

- 1 keine Statements enthalten
- 2 enthält Statements/Interviewelemente
(Hier sollen in gebauten Beiträgen die eingeschliffenen
Äußerungen Externer vercodet werden. Große Interviews
mit mehrfachem Wechsel von Frage-Antwort hingegen als
eigene Form, s.o.)

V 63 Besonderheiten I

- 1 Technische Auffälligkeiten (der Produktionstechnik, z.B.
Fehlschaltungen, Sendelöcher, Pannen jeder Art, z.B. beim
Frequenzsplitting, CD-Wechsel, Ton-Qualität)
- 2 Besonderheiten der Moderation (z.B. markante Moderation,
sprachliche Besonderheiten wie Intonation, Satzbau,
Satzmelodie, Sprechertempo, Stimme, Sprachverwendung,
Versprecher)
- 3 Sonstige Auffälligkeiten
- 4 Du-Ansprache

V 64 Besonderheiten II

Textfeld (Bemerkung)

Liste 1 – Senderkennung [Stand: Sept. 2003]
(Verbreitungsgebiet, Kennziffer, Radiowerkstätten, Lokalradio)

Code	Verbreitungsgebiet [Kennziffer]	Lokalradio
	Stadt Aachen [01]	Aachen 100, eins
11	Studio K	
12	Arbeitskreis Rundfunk Aachen (ARA)	
13	Förderverein Aachener Radio e.V. (FARa)	
	Kreis Aachen [02]	107.8 Antenne AC
21	Medienverein Aachen e.V.	
	Bielefeld [03]	Radio Bielefeld
31	Krankenhausfunk Bielefeld e.V.	
32	Tiere im Kulturdschungel e.V.	
33	Bielefelder Jugendingring e.V.	
34	GfL-BlaumannKanal (GfB)	
35	BI Bürgerwache e.V.	
	Bochum [04]	Radio 98.5
41	URBO e.V.	
42	VHS Bochum	
43	Salzstreuer-Redaktion/Adventgemeinde	
44	Ruhr Radio XXL	
45	Audio-Worx e.V.	
49	Neue Essener Welle (identisch mit Essen)	
	Bonn/Rhein-Sieg-Kreis [05]	Radio Bonn/Rhein-Sieg
51	Kath. Bildungswerk Bonn	
52	Förderverein Radio Rhein-Sieg e.V.	
53	Radiowerkstatt LORA	
54	AG Vorgebirgsstudio Merten e.V.	
55	Studio Eins e.V.	
56	RASPEL	
	Borken [06]	Lokalfunk für den Kreis Borken
61	aktuelles forum - VHS -	
62	Freizeitanlage Aa-See Bocholt e.V.	
63	Bistumsstudio West Bocholt	
	Bottrop/Gelsenkirchen/ Gladbeck [07]	Radio Emscher-Lippe
71	Radio Kaktüs e.V.	
72	Radio FLR	
73	Radio Powerwelle	
74	Radio am Ort	
75	RW Städt. VHS	

81	Coesfeld [08] VHS Dülmen-Haltern-Havixbeck	Radio Kiepenkerl
91	Dortmund [09] Musik Kreativ e.V.	Radio 91,2
93	Kathol. Medienwerkstatt	
94	ard e.V. – c/o Radio 91,2	
101	Düren [10] Die Eifelstudios	Radio Rur
102	Erster Dürener Rundfunkverein (EDR)	
111	Düsseldorf [11] RW im ASG Bildungsforum	Antenne Düsseldorf
112	Medienzentrum Rheinland	
113	FFFZ Medienhaus	
114	Medienverein Düsseldorf	
115	Radiowerkstatt Bilk e.V.	
116	SVJZ Haus Spilles	
117	Hochschulradio Düsseldorf e.V.	
121	Duisburg [12] Sender RIO	Radio Duisburg
122	Medienforum Duisburg e.V.	
123	Radio Sturmflut	
131	Ennepe-Ruhr-Kreis [13] Krankenhausfunk im Diakoniewerk Ruhr (Witten)	Radio en
133	Stadt Gevelsberg - Jugendzentrum -	
141	Erftkreis [14] Kath. Bildungswerk im Erftkreis	Radio Erft
142	VHS Frechen	
143	Radio ELF	
151	Essen [15] espo-radio (Stadtsporbund)	Radio Essen
152	Neue Essener Welle	
153	Stadtfunk Essen e.V.	
154	Falken-Studio Essen e.V.	
155	Radio Essen e.V.	
161	Euskirchen [16] Bürgerfunk für Euskirchen e.V.	Radio Euskirchen
171	Gütersloh [18] VHS der Stadt Gütersloh	Radio Gütersloh
181	Hagen [19] DGB Kr. Reg. Hagen/Ennepe	Radio Hagen

	Hamm [20]	Radio Lippewelle Hamm
201	VHS Hamm	
	Heinsberg [21]	Welle West
202	Radiowerkstatt HS	
203	Radio Fanatic	
204	Bürgerfunkstudio Welle West	
	Herford [22]	Radio Herford
221	Christlicher Medienfunk	
222	VHS im Kreis Herford	
223	Ost-Westfalen Funk Radioproduktion e.V.	
224	Christliches Bürger-Radio	
225	CVJM Herford-Stadt e.V.	
	Herne [23]	Radio Herne 90acht
231	SJD – Die Falken	
232	VHS Herne	
	Hochsauerlandkreis [24]	Radio Sauerland
241	Sauerland Welle	
	Höxter/Paderborn [25]	Radio Hochstift
251	Medienverein Paderborn-Höxter	
252	Bürgerradio Beverungen (BrB)	
253	Freie Radiogruppe Paderborn/Höxter	
	Kleve [26]	Antenne Niederrhein
261	AV-Studio	
262	Studio Mobil	
263	Welle Wachtendonk	
	Köln [27]	Radio Köln 107,1
271	Kath. Bildungswerk Köln	
272	Studio Meilensteine	
273	Studio ECK e.V.	
274	VHS Köln im Komed	
275	JFC Medienzentrum Köln	
276	Bild u. Ton – Colonia e.V.	
277	Freier Lokalrundfunk Köln e.V. (FLoK)	
278	Förderverein Lokaler Rundfunk Köln e.V.	
279	DGB Region Köln-Leverkusen-Erft	
	Krefeld/Viersen [28]	Welle N Niederrhein
281	Studio K	
282	Studio für Bürgerradio	
283	East-Side-Studio	
284	Studio tv	
285	IGL Tönisvorst	
286	IG Radiowerkstatt Krefeld	

	Leverkusen [29]	Radio Leverkusen
291	Kath. Familienbildungsstätte Leverkusen	
292	AG Bürgerfunk	
293	Förderverein Jugendkunstgr. e.V.	
	Kreis Lippe [30]	Radio Lippe
301	GfL / Deck 2 (GfB)	
302	VHS Lippe-Ost	
303	Medienbüro Lippe e.V. (Medienwerkstatt)	
	Märkischer Kreis [31]	Radio MK
311	Radioverein Märkischer Kreis	
312	Fölok Iserlohn	
313	Bürgerradio Süderland	
314	Studio MK e.V.	
	Mettmann [32]	Radio Neandertal 97,6
321	VHS Ratingen - Radiothek -	
322	VHS Velbert-Heiligenhaus	
323	Kath. Bildungswerk	
	Kreis Minden-Lübbecke [33]	Radio Westfalica
331	VHS Altkreis Lübbecke	
332	VHS Bad Oeynhausen	
333	VHS Minden	
334	Medienwerkstatt Minden-Lübbecke	
	Mönchengladbach [34]	Radio 90,1 Mönchengl.
341	Radiowerkstatt EXLEX	
342	AG Medien u. Kommunikation (Niersradio)	
	Mülheim/Oberhausen [35]	Antenne Ruhr
351	RW im Bert-Brecht-Haus	
352	RW Oberhausen e.V.	
353	Radio Ruhr e.V.	
354	Heinrich-Thöne VHS	
	Stadt Münster [36]	Antenne Münster
361	Akademie Franz-Hitze-Haus	
362	VHS Münster	
363	Medienforum Münster e.V.	
364	Offener Bürgerkanal (Studio B Bürgerfunk Bennohaus)	
	Neuss [37]	NE-WS 89,4
371	VHS Meerbusch	
372	Familienforum Edith Stein (chem. Willi-Graf-Haus)	
373	Jugendkunstschule Grevenbroich	
374	Kreismedienzentrum Neuss	

	Oberberg/Rheinisch-Berg. Kreis [38]	Radio Berg
381	Bergische Welle/Berg-Welle	
382	Radiotreff GL	
383	Kath. Bildungsforum	
384	Studio „Wave of Light“ (WOL)	
385	Studio Aggerwelle	
	Recklinghausen [42]	Radio FiV
421	Radio Mikro Welle	
422	Funkhaus Marl	
	Remscheid/Solingen [43]	Radio RSG
431	Kath. Bildungswerk Solingen	
432	VHS Stadt Solingen	
433	Kraftstation	
434	Städt. Klinikum Solingen/ Studiowelle 2	
435	Radiowerkstatt GfL	
	Kreis Siegen-Wittgenstein [46]	Radio Siegen
461	Radioförderverein Siegerland-Wittgenstein e.V.	
462	FV Regionalfunk Siegen-Wittgenstein	
	Kreis Soest [47]	Hellwegradio
471	Förderverein Radio Lippeland e.V.	
	Kreis Steinfurt [49]	Radio RST
491	VHS Steinfurt	
492	Evang. Kirchengemeinde Westerkappeln	
	Kreis Unna [50]	Antenne Unna
501	Evangelischer Kirchenkreis	
502	Radio Spontan	
503	GEBIKO e.V. im Kreis Unna	
	Kreis Warendorf [52]	Radio WAF
521	VHS Ahlen	
522	VHS Warendorf	
	Kreis Wesel [53]	Radio KW
531	VHS der Stadt Wesel	
532	VHS der Stadt Moers	
533	VHS & GHS Büfu-Studio Rheinberg	
534	Studio S (Medienwerkstatt e.V.)	
535	VHS-Zweckverband Dinslaken-Voerde-Hünxe	
	Stadt Wuppertal [54]	Radio Wuppertal
541	Kath. Bildungswerk	
542	VHS Bürgerradio	
543	Bürgerradio Impuls	

Liste 2 - Themen

Politische Sachthemen: politische Strukturen und Prozesse; Politiker/ politisch; Verwaltung (Exekutive); gesellschaftlich (materiell oder ideell) relevante kontroverse Themen

- 10 Politik
- 11 Polizei
- 12 Verwaltungsthemen, die nicht im engeren Sinn „politisiert“, d.h. Teil einer Kontroverse sind.
- 13 Wirtschaftliche Sachthemen, Strukturen und Prozesse; auch Unternehmer/Gewerkschafter etc. - sofern ihre Thematisierung nicht manifest volkswirtschaftliche und/oder wirtschaftspolitische Bezüge hat (=> manifest wirtschaftspolitische Bezüge = Politik!)
- 14 Gesellschaft („Welt“) - sofern grundlegende moralische Fragen, Kontroversen angesprochen werden, die „vordergründig“ (noch) nicht im politischen System aufgegriffen bzw. „bearbeitet“ wurden
- 15 Sonstige politische Themen

Gesellschaft („Welt“) - unpolitisch, nicht kontrovers (Subsystem-Kontroversen, wie etwa Streit über die Entwicklung des modernen Balletts können in diesem Kontext durchaus auftreten)

- 20 Wirtschafts-/Arbeitsleben (Einzelunternehmen etc. - keine unmittelbare gesamtgesellschaftliche Bedeutung)
- 21 Wissenschaft, Gesundheitssystem, Bildung, Forschung, Technologie
- 22 Gesellschaftliches Leben, Alltagskultur, Heimat, Traditionspflege
- 23 „Hochkultur“, Kirche, Religion
- 24 Popkultur, Medien, Werbung
- 25 Natur, Tier- und Pflanzenwelt, Landschaften, Regionen
- 26 Musik
- 27 Sonstiges

Human Touch

- 30 Personality 1: Prominenz (Personen, Leben, Glück, Unglück)
- 31 Personality 2: Normalbürger in extremen Bezügen (Kurioses, Intimes, Glück, Unglück, Schicksale)
- 32 Lifestyle
- 33 Kriminalität/Verbrechen (Gerichtsverhandlungen/-urteile) => personalisiert
- 34 Unfälle/ Katastrophen/ Not
- 35 Erotik/Sexualität (unpersönlich)
- 36 Tierstories („vermenschlicht“)
- 37 Sonstiges

Private Lebenswelt

- 40 Auto/Verkehr
- 41 Reisen/Urlaub
- 42 Ernährung/ Gesundheit/ Medizin
- 43 Sonstige Verbraucherthemen; auch: Rechtsberatung, Bürgerhilfe, Mode
- 44 Psychologie/Esoterik
- 45 Partnerbeziehungen/ Erotik/ Sexualität
- 46 Wohnen/ Haus(halt)/ Garten/ Hobby/ Haustiere
- 47 Sonstige Freizeitthemen

50 **Sport**

60 **Sonstiges**

70 **Wetter**

Befragung der Bürgerfunkproduktionsstätten (Radiowerkstätten) in Nordrhein-Westfalen

durchgeführt vom



Institut für Medienforschung • Göttingen & Köln
März 2004

-
1. Gibt es in der Arbeit Ihrer Radiowerkstatt eine inhaltliche/thematische Schwerpunktsetzung bzw. Ausrichtung? Gemeint ist damit, ob die von Ihren Bürgerfunkgruppen produzierten Hörfunkbeiträge überwiegend in einem bestimmten Themenfeld angesiedelt sind.
- nein
 ja. Unser Schwerpunkt liegt in dem Bereich: _____

2. Richtet sich die Produktion Ihrer Radiowerkstatt vorrangig an bestimmte Zielgruppen?
- nein
 ja. Unsere Zielgruppen sind: _____

3. Wie viele Sendeminuten wurden von Ihrer Radiowerkstatt in 2003 (alle 4 Quartale zusammen) produziert bzw. abgerechnet?
- _____ Sendeminuten
4. Wie groß ist das durchschnittliche monatliche Sendevolumen der Produktionen Ihrer Radiowerkstatt im Lokalradio?
- _____ in Sendestunden
5. Wie verteilen sich Ihre ausgestrahlten Produktionen auf die beiden Sendeblocklängen?
- 26 Min.-Block: Anteil von _____ % und
52 Min.-Block: Anteil von _____ %
6. Wird ein Kontingent mit freien Sendeplätzen für sporadisch produzierende Bürgerfunkgruppen freigehalten?
- nein
 ja, und zwar durchschnittlich ca. _____ Stunden pro Monat
7. Wie viele Bürgerfunkgruppen haben im Jahr 2003 in Ihrer Radiowerkstatt produziert?
- _____ Bürgerfunkgruppen insgesamt
davon: _____ regelmäßig _____ sporadisch
8. Wie viele aktive Personen waren an diesen Bürgerfunkproduktionen insgesamt beteiligt?
- _____ Personen

Ausstattung und Sendevolumen

9. An wie vielen Tagen pro Monat wurde im Jahre 2003 im Durchschnitt Ihr Studio ausschließlich für Hörfunkproduktionen genutzt?

_____ Tage pro Monat

10. Wie viele Räume stehen der Radiowerkstatt insgesamt zur Verfügung? (Büro, Studio, Aufnahme-räume)

_____ Räume

11. Werden diese Räume ausschließlich für die Hörfunkproduktion inkl. deren Vorbereitung (auch Hörfunkseminare, Radiokurse etc.) genutzt?

ja

nein, es findet eine Mischnutzung mit anderen Aktivitäten, die *nicht* als Ziel die Produktion eines Radiobeitrages haben, statt:

Reine Hörfunkproduktion: _____ %

Allgemeine Medienarbeit _____ %

Andere Nutzung: _____ %

12. Wie groß (in m²) ist in etwa die Gesamtfläche der Radiowerkstatt?

_____ m²

13. Auf welchen Ebenen betreibt Ihre Radiowerkstatt Öffentlichkeitsarbeit? (Mehrfachnennung möglich)

Presse

Lokalradio

Internet

Plakate/Flyer

Sonstige _____

14. Gibt es in der Zusammenarbeit mit der Presse Schwierigkeiten?

nein

ja

Wenn ja, welche? _____

Organisation und Personal

15. Ist Ihre Radiowerkstatt in eine andere (übergeordnete) Institution (VHS, Kirche, Gewerkschaft, kommunales Medienzentrum) eingebunden bzw. deren Bestandteil?

nein (→ weiter mit Frage 17)

ja, und zwar folgender Trägerinstitution:

VHS

Gewerkschaft

Kirche

Sonstige _____

16. Wie würden Sie die Zusammenarbeit mit der Trägerorganisation einschätzen?

weitgehend reibungslos und unproblematisch

mehr oder minder problematisch und konfliktträchtig in folgenden Bereichen: _____

17. Wie viele Personen insgesamt sind gegen Entgelt (hauptberuflich, nebenberuflich oder gegen Honorar) vom Umfang ihrer Tätigkeit her für die Radiowerkstatt tätig?

_____ Personen

18. Wie viele Personen sind ehrenamtlich für die Radiowerkstatt tätig? (nicht gemeint ist die Tätigkeit der Bürgerfunkgruppen)

_____ Personen

19. Wie viel Prozent des gesamten Arbeitsaufwandes, der in ihrer Radiowerkstatt anfällt, wird ggf. von Ehrenamtlichen ausgeübt?

_____ Prozent

20. Ist Ihre Radiowerkstatt Mitglied in einem Interessenverband (z.B. LBF, IGR)?

nein

ja, und zwar im: _____

21. Gibt es Kooperation bzw. Zusammenarbeit (z. B. Technik, Personal) zwischen Ihrer und anderen Radiowerkstätten?

nein

ja, in Form von: _____

22. Wie viele Qualifizierungsmaßnahmen bieten Sie pro Jahr an?

Praxisarbeit

23. Die Arbeitsaufgaben einer Radiowerkstatt umfassen ein großes Bündel von Aufgaben und Funktionen. Mit der Beantwortung der nachfolgenden Frage sollen Sie in etwa einschätzen, wie sich der Gesamtarbeitsaufwand auf einzelne Bereiche verteilt (Achten Sie bitte darauf, dass die Summe 100 Prozent ergibt).

a) reine Beitragsproduktion, Mitarbeit, technische u. inhaltliche Betreuung der Produktion, Beratung: _____ %

- b) Qualifizierung der Produktionsgruppen (Schulungen, Fortbildung, Workshops): _____ %
- c) Rekrutierung neuer Produktionsgruppen, Öffentlichkeitsarbeit: _____ %
- d) Verwaltung, Büro, Statistik, Abrechnung, technische Abwicklung, Koordination etc.: _____ %
- e) Lobbyarbeit, Mitarbeit in Verbänden auf lokaler und regionaler Ebene etc.: _____ %

24. **Bieten Sie neben den o.g. Tätigkeiten noch weitere Angebote (z.B. Internetschulungen, Medienprojekte) an, die nicht als Ziel die Produktion eines Radiobeitrages haben?**

- nein
- ja

25. **Wie ist aus Ihrer Sicht die Kooperation mit dem Lokalradio ?**

	häufig	selten	nie
Das Lokalradio hält sich an Vereinbarungen mit uns.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es gibt Pannen bei der Ausstrahlung der Bürgerfunkproduktionen (Band nicht eingelegt, automatisches Abfahren, Sendeloch, Sendungsabbruch, kompletter Ausfall etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es gibt den Ausfall bzw. die Verschiebung der Ausstrahlung wegen aktueller Sport-Übertragungen des Lokalsenders.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es herrscht ein kooperativer, gleichberechtigter Umgang, entspanntes Verhältnis.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es gibt eine deutliche Abgrenzung, Distanzierung des Lokalradios von den Bürgerfunkproduktionen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es findet eine Verdrängung auf unattraktive Sendepunkte statt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es kommt zur Ablehnung von Sendungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Unsere Wünsche an das Lokalradio sind:

26. **Wünschen Sie eine Ausweitung des Sendevolumens Ihrer Radiowerkstatt über das bestehende Kontingent hinaus (um Angebot und Nachfrage auszugleichen)?**

- Nein, da das Sendepunktkontingent ohnehin nicht ausgeschöpft wird.
- Nein, da das Sendepunktkontingent ausreichend ist.
- Ja, und zwar im Umfang von _____ Stunden pro Woche.

27. **Wie ist aus Ihrer Sicht das Verhältnis (Zusammenarbeit, Einflussnahme, Förderung) zwischen den Radiowerkstätten (generell) und der Landesanstalt für Medien (LfM)? (Ordnen Sie bitte ein.)**

	stark zu	trifft	gar nicht zu
Die Betreuung durch die LfM ist gut und intensiv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die formalen Anforderungen (Verwaltungstätigkeiten, Formulare ausfüllen, Schriftverkehr, Listen führen) an die Radiowerkstätten sind sehr hoch.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Förderung bzw. Finanzierung der Produktionstätigkeiten ist hinreichend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die gesetzlichen Anforderungen (eine Fortbildung pro Jahr, Studioauslastung, Gruppenzahl) an die Radiowerkstätten sind angemessen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. **Beurteilen Sie die Arbeit der Bürgerfunkgruppen in Ihrer Radiowerkstatt! Die Sichtweise soll dabei aus der Perspektive der Radiowerkstatt vorgenommen werden.**

Für wie viel Prozent Ihrer Bürgerfunkgruppen treffen jeweils folgende positiven Merkmale zu? (Die Summe muss nicht 100 Prozent ergeben!)

- a) Die Initiative zu Beitragsproduktionen geht primär von den Bürgerfunkgruppen aus. _____ %
- b) Die Kontinuität, Ausdauer und Verbindlichkeit der Gruppen ist groß. _____ %
- c) Die Qualität der Produktionen entspricht unseren Erwartungen. _____ %
- d) Unsere Vorgaben bei der Beitragsproduktion werden eingehalten. _____ %
- e) Die Produktionen sind so, dass eine technische und journalistische Kontrolle kaum notwendig ist. _____ %

29. Gibt es in Ihrer Sendepraxis ein "Vor-Format" bzw. eine "Formatanleihe" bezogen auf den Übergang - und auch darüber hinaus - vom Lokalradio-Programm zum Bürgerfunkprogramm? (Wort und Musik)

- nein
- ja, und zwar ca. ____ %

30. Welche Formen der Formatanleihe kommen zum Tragen? (Mehrfachnennung möglich)

- Orientierung am Musikformat des Lokalradios
- Orientierung an der Wortbeitragslänge des Lokalradios
- Sonstige Formen: _____

31. Wie schätzen Sie die Einbindung Ihrer Radiowerkstatt in das soziale und kulturelle Geschehen Ihrer Kommune ein?

- schwach
- mittel
- stark

32. Unsere wichtigsten lokalen Kooperationspartner sind?

Statistik

33. Wie viele durch die LfM anerkannten Radiowerkstätten gibt es insgesamt im Verbreitungsgebiet Ihres Lokalradios?

34. Welche lokale Organisationsform gibt es unter den Radiowerkstätten vor Ort?

- keine
- AG
- Sonstige: _____

35. Seit wann existiert Ihre Radiowerkstatt? (nicht gemeint ist das Jahr der Anerkennung)

_____ (Angabe des Jahres)

36. Wie groß ist die Zahl der Einwohner des Verbreitungsgebietes, in dem Ihre Radiowerkstatt angesiedelt ist?

_____ Einwohner

37. Wie groß ist die Stadt/Kommune, in der die Radiowerkstatt ihren Sitz hat?

- bis unter 2.000 Einwohner
- 2.000 bis unter 5.000 Einwohner
- 5.000 bis unter 20.000 Einwohner
- 20.000 bis unter 100.000 Einwohner
- 100.000 bis unter 500.000 Einwohner
- 500.000 Einwohner und mehr

Weitere Anmerkungen zur Situation der Radiowerkstätten in NRW oder zu Ihren speziellen Problemen:

Vielen Dank!

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne telefonisch unter 0551 - 63 28 73 oder per E-Mail <mailto:info@imgoe.de> zur Verfügung.

Ihr
Institut für Medienforschung • Göttingen & Köln

**Befragung der Bürgerfunkgruppen
in Nordrhein-Westfalen**

- Gruppenfragebogen -

durchgeführt vom



**Institut für Medienforschung • Göttingen & Köln
April 2004**

1. Gibt es in der Arbeit Ihrer Bürgerfunkgruppe eine inhaltliche/thematische Schwerpunktsetzung bzw. Ausrichtung? Gemeint ist damit, ob die von Ihrer Bürgerfunkgruppe produzierten Hörfunkbeiträge überwiegend in einem bestimmten Themenfeld angesiedelt sind.

nein

ja. Unser Schwerpunkt liegt in dem Bereich:

2. Nennen Sie bitte Ihre letzten 5 Sendungstitel!

1 _____

2 _____

3 _____

4 _____

5 _____

3. Richtet sich die Produktion Ihrer Bürgerfunkgruppe vorrangig an bestimmte Zielgruppen?

nein

ja. Unsere Zielgruppen sind:

4. Benennen Sie die publizistischen Ziele bzw. redaktionellen Konzepte (Leitbilder, Zielsetzungen, Beweggründe, Absichten) Ihrer Bürgerfunkgruppe?

so etwas haben wir nicht

unsere publizistischen Ziele sind:

Produktionspraxis

5. Ist Ihre Bürgerfunkgruppe eine **regelmäßig** oder **sporadisch** produzierende Gruppe?

regelmäßig, und zwar _____ (Häufigkeit im Monat)

sporadisch, und zwar _____ (Häufigkeit im Jahr)

6. Ist Ihre Bürgerfunkgruppe mit der Infrastruktur Ihrer Radiowerkstatt zufrieden? (Produktionsbedingungen, Räumlichkeiten, Zeiten, Technik)

ja, sehr

mehr oder weniger

nein, Gründe:

7. Hat Ihre Bürgerfunkgruppe einen festen Sendeplatz?

nein

ja, und zwar:

Wochentag: _____

Uhrzeit: von _____ bis _____

8. Sind Sie mit diesem Sendeplatz zufrieden?

ja

nein, weil: _____

9. Wie groß ist das monatliche Sendevolumen Ihrer ausgestrahlten (Bürgerfunk-)Produktionen?

bis 1 Stunde

1 bis 2 Stunden

2 bis 4 Stunden

4 bis 6 Stunden

über 6 Stunden

10. Ist dieses Sendevolumen für Ihre Bürgerfunkgruppe ausreichend?

ja

nein, weil: _____

11. Welche Typen von Beiträgen/Sendungen werden von Ihrer Bürgerfunkgruppe produziert? (Mehrfachnennungen möglich)

Interviews, Studiogespräche

Gebaute Beiträge, Korrespondentenberichte

Feature, Reportage

Kommentare, Analysen

„Narrative Formen“ („erzähltes Leben“, Erinnerungen, Berichte von Bürgern)

Beratung, Service

Musiksendungen

Sonstige, das sind: _____

12. Wie ist aus Ihrer Sicht die Kooperation zwischen Bürgerfunkgruppe und Lokalradio?

- unproblematisch
 problematisch, aus folgenden Gründen:

Außenbeziehungen
13. Gibt es Kontakte bzw. Austauschbeziehungen zwischen den Bürgerfunkgruppen Ihrer Radiowerkstatt untereinander?

- häufig
 selten, sporadisch
 nie

14. Gibt es Kontakte bzw. Austauschbeziehungen zu auswärtigen Bürgerfunkgruppen?

- häufig
 selten, sporadisch
 nie

15. Bietet Ihre Bürgerfunkgruppe Möglichkeiten an, damit die Hörschaft mit Ihnen in Kontakt treten kann?

- nein. Warum nicht? _____

- ja, und zwar folgende:
 Angabe der Telefonnummer
 E-Mail-Adresse
 Chat
 Offene Gruppentermine
 Sonstiges _____

16. Gibt es Rückmeldungen (Feedback) aus der Hörschaft auf Ihre Produktionen?

- ja, relativ häufig. Pro Sendung durchschnittlich ____
 nein, kaum oder selten.

Was sind Ihrer Meinung nach die Gründe für dieses schwache Feedback?

17. Betreiben Sie in Ihrer Bürgerfunkgruppe Öffentlichkeitsarbeit, um Ihre (Bürgerfunk-)Beiträge bekannt zu machen?

- nein, aus folgenden Gründen: _____

- ja, und zwar folgende (Mehrfachnennungen möglich):

- Pressearbeit
 On-air-Promotion (Hinweise im Bürgerfunkprogramm auf eigene Sendungen)
 Internet (eigene Website)
 Flyer, Handzettel, Plakate
 Sonstiges, und zwar: _____

18. Wie ist aus der Sicht Ihrer Gruppe die Zusammenarbeit mit Ihrer Radiowerkstatt?

trifft stark zu trifft gar nicht zu

Die technische Produktionshilfe ist gut und intensiv.

Es findet eine redaktionell-inhaltliche Betreuung/Beratung unserer Produktionen statt.

Die Qualifizierungsmaßnahmen unserer Radiowerkstatt sind hilfreich.

Unsere Interessenvertretung gegenüber dem Lokalradio wird durch unsere Radiowerkstatt gut wahrgenommen.

19. Wie schätzen Sie die Einbindung (Vernetzung) Ihrer Bürgerfunkgruppe in das soziale und kulturelle Geschehen Ihrer Kommune ein?

- schwach
 mittel
 stark

20. Unsere wichtigsten lokalen Kooperationspartner sind?

Statistik

21. Seit wann gibt es Ihre Bürgerfunkgruppe?

_____ Angabe des Jahres

22. Wie viele Mitglieder umfasst Ihre Bürgerfunkgruppe?

_____ Mitglieder

23. Wie groß ist die Zahl der Einwohner des Verbreitungsgebietes, in dem Ihre Bürgerfunkgruppe angesiedelt ist?

_____ Einwohner

24. Wie groß ist die Stadt/Kommune, in der Ihre Bürgerfunkgruppe Ihren Sitz hat?

- bis unter 2.000 Einwohner
- 2.000 bis unter 5.000 Einwohner
- 5.000 bis unter 20.000 Einwohner
- 20.000 bis unter 100.000 Einwohner
- 100.000 bis unter 500.000 Einwohner
- 500.000 Einwohner und mehr

Vielen Dank!

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne telefonisch unter
0551 - 63 28 73 oder per E-Mail
<mailto:info@imgoe.de> info@imgoe.de zur Verfügung.

Ihr
Institut für Medienforschung • Göttingen & Köln

**Befragung der Bürgerfunkgruppen
in Nordrhein-Westfalen**

- persönliche Befragung -

durchgeführt vom



**Institut für Medienforschung • Göttingen & Köln
April 2004**

1. Welche Beweggründe sind es, aus denen heraus Sie Bürgerfunk produzieren? (Kreuzen Sie bitte an, was auf Sie stark, weniger stark oder überhaupt nicht zutrifft)

	stark	weniger stark	überhaupt nicht
Mir geht es vor allem darum, etwas Neues zu lernen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Bürgerfunkproduktion ist für mich eine sinnvolle, vernünftige Freizeitgestaltung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Für mich steht im Vordergrund das soziale Engagement (über Personen und Themen berichten, die in der Gesellschaft „zu kurz kommen“).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Für mich geht es beim Bürgerfunk um das Herstellen von „Gegenöffentlichkeit“ (Beiträge bringen, die in anderen Medien fehlen).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich möchte mich durch die Bürgerfunktätigkeit auf einen Beruf in den Medien vorbereiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich möchte vor allem meine eigene Musik in den Sendungen spielen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mir geht es vor allem darum, meinen Verein (Interessengruppe, Selbsthilfegruppe etc.) über den Hörfunk bekannt zu machen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich möchte mit Hilfe unserer Radioproduktion im politisch-gesellschaftlichen lokalen Geschehen etwas bewirken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstige Gründe: _____

2. Wie zufrieden sind Sie mit den Arbeitsergebnissen bzw. den Produktionen Ihrer Bürgerfunkgruppe?

- sehr zufrieden
 teilweise zufrieden
 unzufrieden

Bei „teilweise zufrieden“ und „unzufrieden“: Was ist es, womit Sie nicht zufrieden sind?

3. Haben Sie persönlich schon an Qualifizierungsmaßnahmen für die Radioproduktion teilgenommen?

bisher noch nicht, weil: _____

ja, bisher schon _____ mal

Diese Qualifizierungsmaßnahmen richteten sich auf folgende Bereiche (Mehrfachnennungen möglich):

- Rundfunkrechtliche Aspekte
 Technischeinführung
 Darstellungsformen im Hörfunk
 Sprech- und Sprachtraining
 Interviewtechniken
 Recherchetätigkeit
 „Schreib-Werkstatt“ (Abfassen von Beiträgen)
 Sonstiges: _____

4. Wo liegen bei Ihnen die Hauptinteressen hinsichtlich einer konkreten Sendungs- bzw. Beitragsproduktion? (Kreuzen Sie bitte an, was auf Sie stark, weniger stark oder überhaupt nicht zutrifft)

	stark	weniger stark	überhaupt nicht
Technische Realisierung einer Hörfunksendung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Recherchetätigkeiten bzw. das inhaltliche Arbeiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mich selbst mit meiner Stimme in eine Radioproduktion einbringen zu können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Musikzusammenstellung gestalten zu können.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Welche Medien nutzen Sie persönlich?

	(fast) täg- lich	mehr mals pro Mo- nat	(fast) nie
Tageszeitung lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeitschriften lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radio hören, allgemein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unser Lokalradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fernsehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CDs, Schallplatten, Cassetten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachbücher, -zeitschriften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bücher lesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Statistik

Hier zum Abschluss ein paar persönliche Fragen, die statistischen Zwecken dienen (um ein Profil der Mitarbeiter/innen von Bürgerfunkgruppen zeichnen zu können).

6. Seit wann sind Sie Mitglied in dieser Bürgerfunkgruppe?

- unter einem Jahr
 1-2 Jahre
 3-5 Jahre
 länger als 5 Jahre

7. Sind Sie parallel noch in einer anderen Bürgerfunkgruppe aktiv?

- ja
 nein

8. Sind Sie parallel noch in einem Verein/einer Initiative aktiv?

- nein
 ja, welche: _____

9. Ihr Geschlecht:

- weiblich
 männlich

10. Ihr Alter:

Geburtsjahrgang: _____

11. Ihr letzter Schulabschluss?

- Hauptschule oder Mittlere Reife
 Abitur/Hochschulreife (Fach-Abi)
 Sonstiger

12. Ihre Berufsausbildung oder Studium?

- Berufsausbildung
 Fachhochschul-/Hochschulabschluss
 Sonstiges: _____

13. Sind Sie gegenwärtig berufstätig oder nicht berufstätig?

- nicht (mehr) berufstätig
 berufstätig als: _____

Vielen Dank!

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne telefonisch unter 0551 - 63 28 73 oder per E-Mail <mailto:info@imgoe.de> zur Verfügung.

Ihr

Institut für Medienforschung • Göttingen & Köln

Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen

Eine Organisations- und Programmanalyse

von Helmut Volpers, Detlef Schnier und Christian Salwiczek

220 Seiten, 97 Abb./Tab., DIN A5, 2006

ISBN 3-89158-420-2

Euro 15,- (D)

Suchmaschinen: Neue Herausforderungen für die Medienpolitik

herausgegeben von Marcel Machill und Norbert Schneider

200 Seiten, 65 Abb./Tab., DIN A5, 2005

ISBN 3-89158-410-5

Euro 15,- (D)

Suchmaschinen als Gatekeeper in der öffentlichen Kommunikation

Rechtliche Anforderungen an Zugangsoffenheit und Transparenz
bei Suchmaschinen im www

von Wolfgang Schulz, Thorsten Held und Arne Laudien

132 Seiten, 5 Abb., DIN A5, 2005

ISBN 3-89158-408-3

Euro 9,- (D)

Zur Kritik der Medienkritik

Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten

herausgegeben von Ralph Weiß

592 Seiten, 25 Abb./Tab., DIN A5, 2005

ISBN 3-89158-397-4

Euro 25,- (D)

Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen.

Eine Organisations- und Programmanalyse

: Der Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen ermöglicht grundsätzlich allen Bürgerinnen und Bürgern des Landes, im Hörfunk selbst produzierte Beiträge zu senden. Die Organisationsstrukturen des Bürgerfunks in NRW sind bundesweit einmalig: An allen Standorten des Lokalfunks in NRW sind Bürgerfunksendezeiten in das Programm integriert. Zudem existiert über die Radiowerkstätten ein flächendeckendes Netz von Produktionshilfeeinrichtungen. Die Studie untersucht sowohl die Organisations- und Handlungsstrukturen als auch die Programminhalte des Bürgerfunks. Der Status quo und die Entwicklungsmöglichkeiten des Bürgerfunks in NRW werden detailliert dargestellt.



> Prof. Dr. Helmut Volpers

Institut für Informationswissenschaft, Fachhochschule Köln
Institut für Medienforschung IMGÖ, Göttingen & Köln

> Detlef Schnier

Institut für Medienforschung IMGÖ, Göttingen & Köln

> Christian Salwiczek

Institut für Medienforschung IMGÖ, Göttingen & Köln

Umschlagfotografie: röh:wenzel, journalistenbüro, Berlin