



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

**„Welche Darbietungen kommen aus der ‚offenen‘ Sphäre?
OKTO – Partizipation am Beispiel dreier Sendungsmacher“**

Verfasserin
Elke Wimmer

angestrebter akademischer Grad
Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, im Februar 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Matrikelnummer:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreuerin:

A317
0205340
Theater-, Film- und Medienwissenschaft
Univ.-Prof. Dr. Hilde Haider

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1 Einleitung	6
2 Begriffe und historischer Überblick	8
2.1 Partizipation	8
2.1.1 EXKURS Theater der Unterdrückten	10
2.2 Alternative Medienarbeit	12
2.2.1 Fernsehen der 3. Art	15
2.2.2 Vom Rezipienten zum Produzenten	17
2.2.3 Partizipative Fernsehsender und Offene Kanäle	19
2.2.4 Zur Entstehungsgeschichte der Offenen Kanäle	22
2.2.5 Medienkompetenz versus Meinungsfreiheit	26
2.2.6 Prozessorientierter versus produktorientierter Zugang	28
2.3 Partizipative Medienarbeit in Österreich	30
2.3.1 Die Videobewegung in Österreich	32
2.3.2 Lokales Fernsehen	33
2.3.3 Video Initiative Graz	34
2.3.4 Planquadrat	35
2.3.5 Medienwerkstatt Wien	36
2.3.6 Stadtwerkstatt TV Linz (STWST-TV)	37
2.3.7 „O-Ton“ - ein Beispiel für Partizipation im Hörfunk	38
2.4 Ein verpasster Anschluss	41
2.4.1 Die Gesetzeslage	43
2.5 OKTO	45
3 Bertolt Brecht - Wegbereiter für einen partizipativen Mediengebrauch	51
3.1 Bertolt Brecht Hintergründe	51
3.2 EXKURS Arbeiter Radio Bund	53
3.3 Radiotheorie	55
3.3.1 Der Ozeanflug – ein Radiolehrstück	57
3.4 Ergebnisse Brecht	59

4	Bestandsaufnahme der Okto Programmmacher	66
4.1	Methodisches	68
4.2	Fernsehanalyse	69
4.3	Produktionsanalyse	71
4.4	Die Sendungen	72
4.5	Aufdraht	73
4.5.1	Produktionsanalyse:	81
4.6	AKKU	84
4.6.1	Produktionsanalyse:	94
4.7	KIT	97
4.7.1	Produktionsanalyse:	107
4.8	Ergebnisse der Sendungen	110
5	Resümee	113
6	Bibliografie	115
7	Anhang	121
7.1	Richtlinien und Grundsätze von Okto	121
7.2	Gesprächsleitfaden	132
7.2.1	Gesprächsnotizen Aufdraht	133
7.2.2	Gesprächsnotizen AKKU	139
7.2.3	Gesprächsnotizen KIT	148
	Abstract	155
	Curriculum Vitae	157

Vorwort

Ich danke meinen Eltern Ulrike und Roland Wimmer für ihre vielseitige Unterstützung während meines gesamten Studiums.

Weiters danke ich meiner Betreuerin Frau Univ.-Prof. Dr. Hilde Haider für ihre Geduld, ihre hilfreichen Ratschläge und ihren nie endenden Glauben an diese Arbeit. Herzlichen Dank!

Bei den Sendungsmachern von „Aufdraht“, „AKKU“ und „KIT“ bedanke ich mich für die interessanten Gespräche, die Interviews und das Material zu ihren Sendungen.

Ohne euch würde es diese Diplomarbeit nicht geben.

Mein spezieller Dank gilt Frau Mag. Ingrid Jakl, Mag. Christian Kohlhofer und Julia Wimmer für die mühsame Arbeit des Lektorierens und die vielfältige Unterstützung.

Ein herzliches Dankeschön an Bohumil Kolator für die förderlichen Gespräche und konstruktiven Ratschläge.

Und nicht zuletzt gebührt all meinen Freunden für die mentale Unterstützung und das Ertragen meiner Launen und Zweifel an dieser Arbeit ein großes Dankeschön, im speziellen bei Emilie Habetzeder und Daniela Praher.

1 Einleitung

*„Man wunderte sich natürlich zuerst, woher diese tonalen Darbietungen kamen, aber dann wurde diese Verwunderung durch eine andere Verwunderung abgelöst: Man wundert sich, **was** für Darbietungen da aus der Sphäre kamen.“¹*

Woher diese Darbietungen kommen, wissen wir mittlerweile alle, nämlich aus Studios oder direkt vom Ort des Geschehens; übertragen werden sie mittels elektromagnetischer Wellen. Sie können akustisch oder visuell oder beides sein. Für Fernsehsender wie OKTO gilt letzteres.

Nicht das „Woher“ soll im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen, sondern das „Was“.

Und dies führt auch zur Frage, wer an diesem Prozess beteiligt ist.

Bei den vielen Diskursen über einen demokratischen, partizipativen Mediengebrauch rücken oftmals das Produkt und die beteiligten Menschen allzu sehr in den Hintergrund. Deshalb erschien es mir wichtig an drei Beispielen exemplarisch zu zeigen, wie Sendungsproduzenten arbeiten, was sie produzieren und wie die Partizipation in der Praxis aussieht.

Im ersten Teil dieser Arbeit stelle ich alternative Medienprojekte vor, von O-Ton- Hörspielen bis zu Partizipationsversuchen im ORF.

Es wird auch der Frage nachgegangen, was das Ziel alternativer Medienarbeit ist, wie der Weg vom Rezipienten zum Produzenten aussieht.

Im zweiten Teil wird Bertolt Brechts „Radiotheorie“ im Hinblick auf Partizipation untersucht. Was wollte er mit seinem pädagogischen Lehrstück „Der Ozeanflug“ bewirken, werden seine Forderungen bei OKTO umgesetzt?

Ausgangspunkt ist seine berühmte Sentenz:

„Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln.“²

¹ Brecht, 1927a, S. 217

² Brecht, 1932, S. 553

Welche Kommunikation meinte Brecht damit?

In weiterer Folge wird der Frage nachgegangen „*Welche Darbietungen kommen da aus der offenen Sphäre*“? Offene Sphäre meint hier offen für Meinungen, Experimente und Menschen.

Das Ziel des demokratischen Medienzuganges ist die Partizipation, die Teilnahme aller Interessierten und damit das Aufbrechen der Kategorien „Konsument“ und „Produzent“.

„Okto ist ein partizipatives Medium, bei dem nicht nur Profis Fernsehen machen, sondern auch andere engagierte Menschen, die ihre Anliegen medial kommunizieren wollen. Bei Okto haben sie die Möglichkeit, das zu tun. Okto versteht sein Programm als Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Fernsehen.“³

OKTO – Community TV Wien besteht seit November 2005. Für mich sind aber weniger die kulturpolitische Vergangenheit und die jahrelangen Entwicklungen von Bedeutung, sondern die Partizipation der Sendungsmacher.

Anhand ausgewählter Sendungen möchte ich auf die Inhalte und die Situation der jeweiligen Produzenten eingehen. Diese werde ich im letzten Teil meiner Diplomarbeit vorstellen.

Exemplarisch wurden die Sendungen „Aufdraht“, „AKKU“ und „KIT“ ausgewählt. Ich stelle die Teams vor, ihre Arbeitsweisen und Ziele. Die Informationen darüber wurden mittels Experteninterviews in Erfahrung gebracht. Anschließend werden Inhalt und Struktur der gewählten Sendungen dargestellt.

Ich habe mich in meiner Arbeit für die Darstellung der Produzenten entschieden, um den Blick von den vielen theoretischen Diskursen auf die Teilnehmenden zu lenken.

³ <http://okto.tv/kontakt/>

2 Begriffe und historischer Überblick

2.1 Partizipation

Was wird unter Partizipation verstanden und wie wird diese in der Medienarbeit umgesetzt?

Ich beziehe mich im Folgenden auf den Artikel im Brockhaus; darin findet man eine umfassende Definition und einen guten Überblick über die unterschiedlichen Verwendungszusammenhänge des Begriffs:

„**Partizipation** [spätlat. participatio, zu lat. particeps >teilhabend<] die, -/-en, alltagssprachliche Bez. für die mehr oder minder anerkannte bzw. berechnete Teilhabe einer Person oder Gruppe an Entscheidungsprozessen oder Handlungsabläufen in übergeordneten Organisationen und Strukturen.“⁴

Der Begriff wird nicht nur in politischen Systemen verwendet, sondern vielseitig in verschiedenen Organisationsformen, wie Vereinen oder Gewerkschaften. Im Laufe des 20. Jahrhunderts entsteht für Bürger die Möglichkeit der Mitwirkung bei Entscheidungen sowie bei Repräsentationsvorgängen in formellen Strukturen wie Wahlsystemen.⁵

Die „Beteiligungsmöglichkeiten und –interessen der Bürger innerhalb der westl. Demokratien“⁶ bilden nach wie vor eine wichtige Art der Teilnahme.

Die „Nutzung von Massenmedien zur Meinungsbildung“⁷ entsteht in den 60er Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts im Bereich alternativer Medienarbeit.

„Entsprechend variieren Modelle und Typologien der P. zw. eher politikwiss., gesellschaftsbezogenen oder verhaltensorientierten Ansätzen.“⁸

⁴ Brockhaus die Enzyklopädie, 1998, S. 609

⁵ Vgl. Brockhaus die Enzyklopädie, 1998, S. 609

⁶ Brockhaus die Enzyklopädie, 1998, S. 610

⁷ Brockhaus die Enzyklopädie, 1998, S. 610

⁸ Brockhaus die Enzyklopädie, 1998, S. 610

In der Definition des Brockhaus wird verdeutlicht, dass die Teilnahme an bestehenden Strukturen neben einer politischen Beteiligung auch „eng verknüpft mit verschiedenen sozialen Bewegungen, die sich für mehr Mitbestimmung an gesellschaftlichen und politischen Prozessen in verschiedenen Bereichen engagiert haben“⁹, ist.

Die Formulierung „mehr oder minder anerkannte Partizipation“ verweist aber bereits auf ein Problem der demokratischen Beteiligung: Sie ist erst dann wirkungsvoll, wenn sie auch anerkannt wird.

Die Absicht, Bevölkerungsgruppen eine Stimme zu geben, die im öffentlichen Leben wenig Aufmerksamkeit bekommen, ist ein wesentliches Motiv hinter der Medienpartizipation. Diese Möglichkeit der Beteiligung ist speziell für Minderheiten und Randgruppen sehr wichtig. Das Ziel ist, das selbstständige Denken und Handeln zu fördern. „Insbesondere mit dem partizipatorischen Demokratiebegriff ist die Vorstellung verknüpft, daß ein Mehr an politischer Teilnahme ein Mehr an Mit- und Selbstbestimmung in den anderen gesellschaftlichen Bereichen bedingt.“¹⁰

Die aktive Teilnahme wird mit der Hoffnung verknüpft, dass die Betroffenen, Teilnehmenden die Chance bekommen ihre Probleme selbstständig zu lösen. „Betroffene werden selbst aktiv, engagieren sich, gestalten und verwalten selbst.“¹¹

Einen Versuch, diese Vorstellung von Partizipation in der Praxis umzusetzen, unternahm Augusto Boal, indem er aus Paulo Freires „Pädagogik der Unterdrückten“ das „Theater der Unterdrückten“ entwickelte.

⁹ Wrentschur, 2005, S. 4

¹⁰ Fabris, 1979, S. 11

¹¹ Wrentschur, 2005, S. 6

2.1.1 EXKURS Theater der Unterdrückten

In Zusammenhang mit partizipationsorientierten Medienprojekten wird oft von Augusto Boal „Theater der Unterdrückten“ gesprochen. Es entstand in Lateinamerika, „... als Antwort auf die Repression...“¹² und „... hat auch für Europa Gültigkeit...“¹³. Als ein „Theater der Befreiung“ ist es für alle Unterdrückten von Bedeutung, für Frauen, Arbeiter, Männer, Gastarbeiter und Farbige.¹⁴

Der Theaterpädagoge und Theoretiker Boal leitete von Paulo Freire „Pädagogik der Unterdrückten“ den Begriff „Theater der Unterdrückten“ ab.

„Es verfügt über ein breites Repertoire an Übungen und Aktivitäten, in dem sowohl die eigene Opferrolle als auch die eigenen Täteranteile wahrgenommen werden können. Dies passiert in einem geschützten Raum, in dem alle ihr Gesicht wahren können und in dem es zu keinen Schuldzuweisungen kommt.“¹⁵

Boal geht von zwei Grundsätzen aus:

1. Der passive Zuseher, ein Objekt, soll zum aktiv Handelnden werden.
2. Das Theater soll sich mit der Zukunft beschäftigen, als Ausdrucksmittel für die Unterdrückten und ihnen helfen Lösungen zu finden.

Seine Bestrebungen gehen dahin, die Passivität der Zuseher in eine Aktivität zu verwandeln, um dadurch Lösungen für soziale Probleme zu finden. Wichtig ist hierbei, dass die Probleme der Betroffenen nicht durch Belehrung, sondern durch Bewusstmachung an die Oberfläche gebracht werden. Diese Methode wird „problematisierende Erziehung“ genannt.

¹² Boal, 1989, S. 67

¹³ Boal, 1989, S. 67

¹⁴ Vgl., Boal, 1989, S. 68

¹⁵ http://tdu-wien.at/documents/Doku_MA50.pdf Zugriff am 10.01.2009

„Theater der Unterdrückten heißt Auseinandersetzung mit einer konkreten Situation, es ist Probe, Analyse, Suche. [...] Wo es Unterdrückung gibt, muß sie abgeschafft werden.“¹⁶

Sein Ziel ist es, mit seiner Theaterarbeit die Realität nicht bloß zu interpretieren, sondern in Folge der aktiven Arbeit und der Beteiligung eine Veränderung zu ermöglichen.

Boal selbst sagt:

„Brecht hat gesagt, das Theater müsse in den Dienste der Revolution gestellt werden. Ich glaube, das Theater muß Bestandteil der Revolution sein. Es steht nicht im Dienste, es ist Teil der Revolution, Vorbereitung auf sie, ihre Generalsprobe.“¹⁷

„Augusto Boal, der `Brecht Lateinamerikas´, wurde mit der von ihm entwickelten Theaterform eines alternativen, demokratischen Mitspieltheaters, das darauf abzielt, den Zuschauer aus seiner Passivität zu befreien und zum Handelnden zu machen, wohl zum bekanntesten Theatermacher Lateinamerikas.“¹⁸

Boal verfolgt mit dem „Theater der Unterdrückten“ Pädagogische Ziele. Er sieht es als geeignete Möglichkeit, die Realität zu ändern und nicht bloß zu interpretieren. In seinen Methoden und Formen des pädagogischen Theater kommt dies zum Ausdruck.

„...ihr Credo ist die Pädagogik der Unterdrückten und die Alphabetisierung der Analphabeten: d.h. übersetzt, dass die Medien, die das Leben beherrschen, verständlich gemacht und entzaubert werden sollen, und zwar dadurch, dass die Betroffenen selbst damit umzugehen lernen“¹⁹

Helga Fürhapter vergleicht den prozessorientierten Ansatz der „Video Initiative Graz“²⁰ mit dem „Theater der Unterdrückten“ von Augusto Boals.

¹⁶ Boal, 1989, S. 68

¹⁷ Boal, 1989, S. 69

¹⁸ Neuroth, 1994, S. 9

¹⁹ Oberreuter, 1982, S. 8.

²⁰ Siehe Kapitel „Video Initiative Graz“

2.2 Alternative Medienarbeit

Bevor auf die Ziele und die Organisation des Senders OKTO eingegangen wird, sollen alternative Medienprojekte, welche als Vorreiter von OKTO gelten können, vorgestellt werden

Was wird unter „Alternativer Medienarbeit“ verstanden und wo ist der Unterschied zu herkömmlichen, traditionellen Medien?

„Die alternative Medienproduktion, die von ihrem Anspruch her die tradierten Produktionsformen und –inhalte bürgerlicher Öffentlichkeit überwinden wollte, hatte das Experiment, die Aufhebung der Trennung von Kommunikator und Rezipient, auf ihr Panier geschrieben“²¹

In diesem Zitat werden zwei grundlegende Unterschiede zu herkömmlichen Medien verdeutlicht: Alternativ sind die Produktionsform und in Folge die daraus entstehenden Inhalte. Diese Form der Medienarbeit stellt eine Alternative zum „Mainstream“ dar und somit eine zweite Möglichkeit neben bestehenden, kommerziellen Medien.

Robert Glattau definiert alternative Medienarbeit folgendermaßen:

„...Medien mit nicht-kommerziellen Inhalten, basisorientierte, autonome Medien, die sich an innovativ - zukunftsorientierten, basisdemokratischen, authentischen und partizipationsorientierten Prinzipien messen und dem herkömmlichen Massenangebot quer liegen.“²²

„Nicht-kommerzielle Inhalte“ heißt: keine Werbung, keine bezahlten Inhalte, keine Gewinnorientierung im herkömmlichen wirtschaftlichen Sinne.

„Autonom“ bedeutet in diesem Zusammenhang: Unabhängigkeit von Geldgebern, politischen Parteien und Interessensvertretungen. Autonome Gruppen sind nur sich selbst gegenüber verantwortlich.

²¹ Stamm, 1988, S. 13

²² Glattau, 1992, S. 9/10

Unter „basisdemokratisch“ ist zu verstehen: keine Hierarchie mit Arbeitsanweisungen von oben, jeder Mensch und seine Produktion stehen im Mittelpunkt und jeder kann gleichberechtigt Entscheidungen treffen.

„Partizipationsorientierte Prinzipien“ bedingen die Teilnahme der Betroffenen, deren Mitbestimmung und die Vertretung ihrer Interessen und Anliegen.

„Die neue Medienarbeit sieht sich als Alternative zur heute geübten Kommunikation in Inhalt, Organisation und Ausdrucksform.“²³

Alternative Medienarbeit ist von Beginn an mit einem hohen politischen Anspruch verbunden. Es sollen politisch-gesellschaftliche Veränderungen hervorgerufen werden und die Menschen in ihren Emanzipationsbestrebungen unterstützt werden.

„Hintergrund all dieser Versuche, sich `Öffentlichkeit` zu schaffen, ist die Erkenntnis, daß in den herkömmlichen und privatwirtschaftlich oder öffentlich-rechtlich betriebenen Medien nicht so berichtet wird, wie es die Betroffenen selbst sehen.“²⁴

Eine Möglichkeit, diese Situation zu ändern, ist, selbst die Initiative zu ergreifen und mittels selbst gestalteter Produktionen die Öffentlichkeit zu erreichen. Der Inhalt besteht dabei aus „alternativen“ Berichten. Themen die in kommerziellen Medien keinen Platz finden, da sie dem „Mainstream“ nicht gerecht werden.

„Es erscheint... relativ sinnlos, innerhalb der Institution Fernsehen verändernd wirken zu wollen, indem man sich als Rezipient organisiert“²⁵

Es geht nicht darum die bestehenden Medieninstitutionen zu verändern, um dadurch Zugang zu einer öffentlichen Plattform zu erhalten.

„Will man... mehr Chancengleichheit und eine Zugangserweiterung zu den Massenmedien erreichen, wird man neue Formen und Systeme einsetzen müssen, die unabhängig von den bestehenden Fernsehanstalten arbeiten.“²⁶

²³ Reich, 1985, S. 130

²⁴ Lechenauer, 1979, S. 121

²⁵ Reich, 1985 S. 126

²⁶ Schneider, 1976, S. 452

Eine mögliche Form bildet ein partizipativer Fernsehsender wie OKTO. Die Inhalte können politisch unabhängig gesendet werden, es müssen keine Zuseherquoten erfüllt werden.

Ein bekanntes Medium, das Fernsehen, bietet hier allen Interessierten, unabhängig von Bildung und Einkommen, einen niederschweligen Zugang. Die Art und Weise, wie wir konsumieren, ist gelernt, die Differenzierung kommt im Inhalt und der Produktionsweise zum Ausdruck.

Das Ziel alternativer Medienarbeit ist, dem asymmetrischen Zugang zu Massenmedien entgegen zu wirken. Es wird versucht, die tradierte Kluft zwischen aktivem Gestalter und passivem Konsumenten zu verringern und die damit verbundenen gesellschaftlichen Widersprüche sichtbar zu machen.

Die ersten Versuche alternativer Medienarbeit entstehen mit der „Arbeiter-Radio-Bewegung“ im Jahr 1923.²⁷

In den 1970er Jahren wird ein neuer Versuch innerhalb der Studenten- und Bürgerrechtsbewegungen gestartet, mit dem Ziel, die Öffentlichkeit zu erreichen. Es werden nicht-kommerzielle „Alternativzeitschriften“ von Frauen-, Öko-, Naturschutz- und Homosexuellen-Bewegungen ins Leben gerufen.²⁸ Für Bürgerinitiativen und soziale Bewegungen ist der Zugang zu Massenmedien primär als Plattform wichtig, um ihre Forderungen selbstständig kommunizieren zu können.

Soziale Bewegungen brauchen die Öffentlichkeit, nur so können sie ihren Interessen Geltung verschaffen.²⁹ Durch die Verwendung von Massenmedien haben sie die Möglichkeit, auch auf politischer Ebene Wirkung zu erzeugen und die verantwortlichen Entscheidungsträger damit zu konfrontieren. Sie benötigen die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit. Wird über eine Bewegung nicht berichtet, so ist es, als würde sie nicht stattfinden.

²⁷ siehe Kapitel EXKURS Arbeiter Radio Bund

²⁸ Vgl. Dorer, 2002, S. 13

In diesem Zusammenhang ist soziale Bewegung nicht im karitativen Sinne zu verstehen, sondern als Bewegung, die auf gesellschaftlichen Wandel abzielt.

Eine wirkliche Veränderung in der Medienarbeit findet statt, wenn selbstständig und unabhängig produziert werden kann, wenn bei den Inhalten keine Beeinflussung von außen stattfindet, wenn jeder senden kann, was für ihn relevant erscheint. Das Ziel alternativer Medienarbeit ist, einen eigenen Stellenwert zu erhalten und dass selbstständiges Arbeiten, Organisieren, Produzieren und Kommunizieren in der Öffentlichkeit auch wahrgenommen werden.

Der Versuch, die bürgerliche Öffentlichkeit zu überwinden, gelingt jedoch oft nicht, da ein Verständnis dafür nicht immer gegeben ist und somit die Partizipation bloß „mehr oder minder“ anerkannt wird.

2.2.1 Fernsehen der 3. Art

Alternative Fernsehmedienarbeit wird von Eva Brunner-Szabo, Kommunikationswissenschaftlerin aus Wien, als „Fernsehen der 3. Art“ bezeichnet. Dieser Begriff meint Sender und Projekte ohne kommerzielle Ziele. Es wird dadurch eine dritte Säule gebildet, neben den rein gewinnorientierten privatwirtschaftlichen und den öffentlich-rechtlichen Sendern. „Fernsehen der 3. Art“ ist ein Sammelbegriff für Fernsehstationen und -projekte, die abseits des öffentlich-rechtlichen oder kommerziellen-privaten Fernsehens arbeiten. Darunter sind Offene Kanäle, Public Access TV, Media Participation TV, Local Community TV oder Fernsehkunstprojekte zu verstehen. Es ist ein Medium, das als kommunikatives, kulturelles und soziales Instrument genutzt wird.“³⁰

²⁹ Vgl. Rucht, 1994, S. 347

³⁰ <http://homepage.univie.ac.at/Eva.Brunner-Szabo/ok.html> Zugriff am 20.11.2007

Anhand der bestehenden österreichischen Fernseh-Medienlandschaft kann dies folgendermaßen erklärt werden:

Der ORF – Österreichischer Rundfunk - ist ein öffentlich-rechtlicher Sender und nach dem österreichischen (Rundfunk-)Gesetz verpflichtet zu Objektivität und Ausgewogenheit in den Programminhalten. Weiters hat er einen nicht-kommerziellen Kulturauftrag zu erfüllen. Verankert ist das im Bundes-Verfassungsgesetz, im Rundfunkgesetz und in den Programmrichtlinien des ORF. Ob dies auch so umgesetzt wird, sei hier dahingestellt.

ATV und PULS 4 sind privat-kommerzielle Fernsehsender. An erster Stelle stehen die wirtschaftliche Kraft und in Wechselwirkung damit die Gewinnorientierung.

Seit drei Jahren bildet OKTO eine dritte Säule als nichtkommerzieller Fernsehsender. Er widmet seine Programminhalte primär einem „non – mainstream – orientierten“ Publikum.

Ein Vorteil von Fernsehsendern der dritten Art ist, dass sie nicht den öffentlich-rechtlichen oder privaten Grundsätzen genügen müssen, sondern als Plattform mit Non-Mainstream-Inhalten fungieren kann.

In Österreich ist ein partizipativer, nicht-kommerzieller Fernsehkanal rechtlich auf derselben Ebene wie ein privatwirtschaftlicher Sender, in vielen anderen Ländern, wie in der Bundesrepublik Deutschland, gibt es gesetzlich einen eigenen Sektor für nicht-kommerzielle Rundfunkveranstalter mit eigenen Bedingungen.

2.2.2 Vom Rezipienten zum Produzenten

Wie sieht der Weg für einen Zuseher hin zum Gestalter aus?

Was heißen Chancengleichheit und Zugangserweiterung in der alternativen Medienarbeit und für wen soll eine Partizipation ermöglicht werden?

Die Versuche, die Rezipienten in die Arbeitsprozesse mit einzubeziehen, sind nicht neu. Lange Zeit bestand jedoch die einzige Möglichkeit für Zuseher mitzuwirken und ihre Meinungen zu äußern darin, *„Briefe zu schreiben, zu telefonieren, wohl auch selbst, mehr oder minder symbolisch, an Sendungen aktiv sich zu beteiligen“*³¹. In dieser Situation hat das Publikum keinerlei Entscheidungsmöglichkeiten und tritt bloß in einer Nebenrolle auf.

Die Erkenntnis,

*„daß z. B. Studiogästen, Mitspielern in Showsendungen, Anrufern bei Quizsendungen usw. nicht die geringste Chance wirklicher Partizipation zukommt, sondern daß sie vielmehr als Statisten zu verstehen sind.“*³²

Es muss differenziert werden, ob die Zuseher Teil einer Fernsehsendung oder aktiv Beteiligte und somit Agierende des Programms sind.³³

Wichtig ist die Art und Weise der Beteiligung. Die Möglichkeit, Entscheidungen eigenverantwortlich zu treffen, ist die Voraussetzung, um von einer aktiven Teilnahme, von einer Partizipation des Publikums sprechen zu können.

Im öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Fernsehen stoßen diese Absichten auf Grund der Produktionsbedingungen an strukturelle, konzeptuelle und medienrechtliche Grenzen. Ihr Ziel ist es nicht, dem Publikum eine öffentliche Plattform für individuelle Gestaltungen zu ermöglichen.

³¹ Adorno, 1963, S. 55

³² Rolli, 1981, S. 13

Das Ziel eines „partizipativen Fernsehsenders“ ist aber sehr wohl die Beteiligung des Publikums, die Möglichkeit „*autonom zu produzieren*“³⁴. Der ehemals passive Rezipient wird zum aktiven Produzenten, zu einem selbstständigen Gestalter der Inhalte.

Ein Produzent kann dann wirklich frei arbeiten, wenn alle Entscheidungen bei ihm liegen. Von der Idee über das Konzept bis zur Umsetzung muss ein Programmacher selbstständig entscheiden können. Partizipative Rundfunksender haben sich dieses Anliegen zur Aufgabe gemacht.

Indem der Zuseher die Seite wechselt und zum Produzenten wird, erhält der Agierende die Chance auf neue Sichtweisen, die sich auch auf andere Lebensbereiche auswirken können. Die Wandlung vom passiven Konsumenten zum aktiven Programmproduzenten birgt die Hoffnung, dass der Gestalter eine gesellschaftskritische Haltung einnimmt.

*„Medien sind keine Mittel, um Widersprüche in der Gesellschaft aufzuheben, sie können aber diese verdeutlichen.“*³⁵ Sie können das Bewusstsein der Menschen wecken und somit einer passiven Haltung entgegenwirken bzw. einen kritischen Blick für die Realität schärfen.³⁶

Beim Fernsehsender OKTO wird der Versuch der Partizipation verwirklicht und die Ziele werden wie folgt formuliert: *„Der Rezipient kann seine Ideen realisieren, er bestimmt, was wie produziert wird und er ist auch dafür verantwortlich.“*³⁷

³³ Vgl. Rolli, 1981, S.14

³⁴ Rolli, 1981, S. 12

³⁵ Reich, 1985, S. 119

³⁶ Vgl. Reich, 1985, S. 119

³⁷ Rolli, 1981, S. 16

2.2.3 Partizipative Fernsehsender und Offene Kanäle

Es gibt verschiedene Modelle und Konzepte für partizipative Rundfunksender. Wichtig ist zu unterscheiden, dass nicht jeder partizipative Fernsehsender ein „Offener Kanal“ ist. Jedoch ist jeder „Offene Kanal“ ein partizipativer Sender.

Der Begriff „Offener Kanal“ kommt aus dem angelsächsischen Raum. Die ersten „Offenen Kanäle“ gehen in den USA auf Sendung und werden „public-access-channel“ (auf Deutsch „öffentlicher Zugangskanal“) genannt.³⁸

Der Begriff Offener Kanal wird nicht einheitlich verwendet.

„Bezeichnungen wie `Bürgerkanal`, `open channel`, `public-access`, `Öffentlicher Kanal`, `Bürgerfernsehen` sind dabei als Synonyme zu verstehen und dem Begriff `Offener Kanal` gleichzusetzen.“³⁹

OKTO schreibt auf der Homepage www.okto.tv unter dem Punkt „FAQ – frequently asked question“ zur Frage: „Q: Ist OKTO ein „Offener Kanal“?“ folgende Antwort:

„A: Ja und Nein. OKTO ist ein „offener“ Kanal, weil es für ProgrammproduzentInnen aus allen gesellschaftlichen Bereichen ungeachtet ihrer Herkunft und Vorkenntnisse offen ist. Das Communityfernsehen in Wien ist aber nicht mit den „Offenen Kanälen“ in Deutschland zu vergleichen. Das hat mehrere Gründe, von denen der wichtigste in den unterschiedlichen medienrechtlichen Voraussetzungen zu suchen ist. In Österreich ist eine juristische Alleinverantwortung der ProduzentInnen für ihr Programm nicht möglich. Rechtlich gesehen ist OKTO ein Privatsender, bei dem der Trägerverein bzw. der Geschäftsführer der GmbH die ungeteilte Verantwortung für das Programm zu tragen haben.“⁴⁰

Die Partizipation im Sinne von OKTO ist in jedem Offenen Kanal gegeben.

1979 wird in Deutschland die „Expertengruppe Offener Kanal“ (EOK) gegründet, welche „Regeln für den Offenen Kanal“ in einem Forderungskatalog publiziert. Sie orientieren sich dabei an US-

³⁸ Vgl. Rolli, 1981, S.23

³⁹ Rolli, 1981, S. 24

⁴⁰ <http://okto.tv/faq/> Zugriff am 20.11.2007

amerikanischen Erfahrungen. Diese Regeln spielen eine wichtige Rolle zur Orientierung und haben in der Bundesrepublik Deutschland starken Einfluss.⁴¹

„Die Expertengruppe, die sich aus Rundfunkreferenten von Behörden und Rundfunkanstalten, Bildungsleitern sowie Medienreferenten von Kirchen und Gewerkschaftsbund zusammensetzt, sieht den ‘Offenen Kanal’ als ‘ein Forum’“⁴²

für all jene, die folgende „Regeln“ aus dem Jahr 1979 erfüllen:

„ I. Begriffsbestimmung

- (1) Der Offene Kanal ist ein Forum für von Nutzungsberechtigten selbstinitiierte (auch selbstproduzierte) und selbstverantwortete audiovisuelle Beiträge aller Art, die keinen Programmrichtlinien und Beschränkungen außer Benutzungsregelungen unterliegen.*
- (2) Nutzungsberechtigt sind alle Bürger und Gruppen, die im Verbreitungsgebiet des Projektbetreibers wohnen oder arbeiten und sich nicht nur vorübergehend dort aufhalten.*
- (3) Projektbetreiber ist der Träger des Kommunikationssystems, dessen Verbreitungstechnik für den Offenen Kanal benutzt wird.*

II: Zweck

- (1) Der Offene Kanal bezweckt die Erprobung und Entwicklung neuer Kommunikationsformen auf lokaler und regionaler Ebene und deren Auswirkungen auf das kulturelle und soziale Leben sowie auf die kommunikative Kompetenz der Beteiligten. Er ist als zeitlich befristetes Experiment angelegt.*
- (2) Dabei sind solche Bevölkerungsgruppen, Themen, Meinungen und Gestaltungsformen zu begünstigen, die im herkömmlichen Kommunikationsprozess vernachlässigt werden. Bei der personellen, finanziellen und technischen Ausstattung des Offenen Kanals sowie bei der Ausgestaltung von Benutzungsregeln ist diesem Ziel Rechnung zu tragen.*
- (3) Die wissenschaftliche Begleitung des Experiments durch angemessene Forschungsmaßnahmen ist sicherzustellen.*

Der Offene Kanal darf nicht für Zwecke der kommerziellen Werbung benutzt werden.“⁴³

Über diese relativ genauen Regeln und Definitionen hinaus wird versucht, den Initiatoren eines Offenen Kanals sowie den Produzenten eine größtmögliche Handlungsfreiheit zu gewähren.⁴⁴

⁴¹ Vgl: Fürhapter, 2003, S. 20

⁴² Hueber/Mayr, 1984, S. 75

Nicht nur in der Bundesrepublik Deutschland orientieren sich viele Sender an diesen „Regeln“, das Senderkonzept von OKTO übernimmt ebenfalls zahlreiche Punkte.

Entscheidend ist, dass die komplette Programmgestaltung durch Bürger, Communities und Einzelpersonen ohne Gewinnorientierung erfolgt.

In folgender Beschreibung wird eine weitere Thematik gut auf den Punkt gebracht.

„Viele Medienpolitiker, -pädagogen und alternative Medienschaffende sahen im Offenen Kanal einen geeigneten Rahmen, um den Forderungen nach einer politischen und kulturellen Emanzipation der Bürger durch deren produktive Teilnahme an den Kommunikationsmitteln zu entsprechen. Nicht publizistische Überlegungen sollten die entscheidende Rolle spielen, sondern die Leitidee war geprägt von einem medienpädagogischen Ansatz: Produzenten wird eine größtmögliche Autonomie bezüglich Thema, Form etc. des Beitrags eingeräumt, womit die `soziale Qualifizierung der Bürger` bzw. eine `kommunikative Qualifizierung der Rezipienten` bewirkt werden soll.“⁴⁵

Die von Kritikern häufig vorgebrachten Zweifel an nicht professionell produzierten Sendungen können folgendermaßen relativiert werden:

„Die Kosten solcher Sendungen sind vielfach geringer als bei vielen anderen Sendeformen. Und das Problem, daß Laien-Filmmacher technisch und auch sonstige professionelle Hilfe benötigen, um halbwegs den geforderten Standard zu erreichen, ist beispielsweise dann lösbar, wenn seitens der Anstalt und der Medienprofis die Ansprüche auf Perfektion gesenkt würden. Dies erfordert allerdings auch ein Umdenken beim Publikum, das sich daran gewöhnen müßte, daß die Medien nicht nur professionellen Medienmachern übereignet sind, sondern auch `Laien` - die als solche selbstverständlich deklariert sein müssen und denen seitens der professionellen Medienarbeit zumindest soweit Hilfestellung zu geben ist, daß sie nicht unfreiwillig zum Gespött des Publikums werden.“⁴⁶

⁴³ Kamp, 1997 S. 181-186

⁴⁴ Vgl. Rolli, 1981, S. 23

⁴⁵ Fürhapter, 2003, S. 148

⁴⁶ Fabris, 1979, S. 165

Ob sich ein Sender Bürgerkanal, partizipativer Sender, Bürgermedium oder Community TV nennt, ist kaum von Bedeutung. Offener Kanal dient oftmals als Überbegriff. In Deutschland steht eine „Marke“ mit klaren Regeln dahinter, wenn sich ein Sender Offener Kanal nennt. Der kleinste gemeinsame Nenner eines jeden „Bürgerkanals“ ist die Partizipation sowie eine nicht-kommerzielle Ausrichtung.

Es existieren aber auch partizipative Rundfunksender, in denen Werbung ausgestrahlt wird: primär, um damit anfallende Kosten zu decken; nicht zu verwechseln mit einer gewinnorientierten Arbeitsweise. Außerdem gibt es verschiedene konzeptuelle Umsetzungen.

Die Gründung von OKTO zeigt hier deutlich die Abhängigkeit von Geldgebern. OKTO hat eine gesicherte Finanzierung für drei Jahre, von der Stadt Wien. Die Zusage ist in erster Linie abhängig von kulturpolitischen Entscheidungen. Auf weitere Entwicklungen darf man gespannt blicken.

2.2.4 Zur Entstehungsgeschichte der Offenen Kanäle

Im Folgenden werde ich kurz veranschaulichen, wie der erste Offene Kanal in den USA und in der Bundesrepublik Deutschland entstanden sind. Entwicklungen in Kanada, England, den Niederlanden und in Australien sind nicht minder interessant, eine Darstellung wäre hier aber zu umfangreich.

Die ersten lokalen Kabelnetze werden in den USA Ende der fünfziger Jahre geschaffen. Das Kabelsystem entsteht, um auch in abgelegenen Landesteilen mittels Großantennen Fernsehprogramme ausstrahlen zu können. Anfang der sechziger Jahre beginnt die „Verkabelung“ auch in Großstädten der USA.⁴⁷

⁴⁷ Vgl.: Rolli, 1981, S. 40

Die Entstehungsgeschichte Offener Kanäle beginnt 1972, als der erste „public-access-channel“ in Manhattan „on air“ geht.

Die Finanzierung eines nicht-kommerziellen Senders wird von der Kabelgesellschaft ermöglicht denn diese sind gesetzlich dazu verpflichtet. Die Federal Communications Commission (FCC) - ihr unterstehen alle Sendergesellschaften - regelt die Lizenzierung für einen Kabelbetreiber nur nach Ermöglichung und Finanzierung eines „Bürgerkanals“.

Die Videoinitiativen waren maßgeblich daran beteiligt, dass *„ihnen versuchsweise ein Senderkanal zur Verfügung gestellt wurde, über den sie ihre Produktionen ausstrahlen konnten.“*⁴⁸

*„Public-access-channels gibt es seit 1971. Zunächst wurden sie versuchsweise eingeführt, später, im Jahre 1972, verpflichtete die Stadt New York die Gesellschaften dazu, den Offenen Kanal offiziell und ständig einzurichten.“*⁴⁹

Seit 1978 sind die 100 größten Kabelmärkte verpflichtet, einen kostenlosen Sender für den public-access anzubieten.⁵⁰ Auf diesem Weg entstanden über 120 public access channels in ganz Amerika.⁵¹

Sehr gut lässt sich hier die Zwiespältigkeit des Gesetzes erkennen. Der Verdacht, nicht-kommerzielle Sender würden als Alibisender betrieben, drängt sich auf.

*„Die Kabelgesellschaften sind wohl gesetzlich verpflichtet, einen Kanal zur Verfügung zu stellen, was sie aber damit machen, bleibt ihnen anheimgestellt.“*⁵²

Dieses Problem zeigt sich am Beispiel des New Yorker Open Channels besonders gut.

„Den acht Millionen Einwohnern New Yorks offeriert Sterling Cabel zwei tragbare Videoausrüstungen, kein Studio, keine Werbung, nicht einmal Programmhinweise. Tele Prompter bietet ein Studio samt Kameramann an einem Wochentag an, keine sonstige

⁴⁸ Rolli, 1981, S. 40

⁴⁹ Rolli, 1981, S. 42

⁵⁰ Vgl. Rolli, 1981, S. 39-41

⁵¹ Vgl. Fürhapter, 2003 S.

⁵² Reich, 1985, S. 124

Videoausrüstung. Die Gründe dafür sind simple: Öffentliches Fernsehen bringt kein Geld.“⁵³

Eine Situation wie diese kann in den USA wesentlich leichter entstehen, da ein Kabelbetreiber die Beiträge der Bürger lediglich ausstrahlen muss. Für die Produktionsbedingungen und eine Finanzierung ist der Betreiber nicht zuständig.⁵⁴

Zur Situation in den USA sagt Ulrich Kamp:

„...dahinter steckte in dem kommerziellen, zu nahezu 100% kommerziellen Rundfunksystem der USA die einfache Idee, sozusagen neben den Unterhaltungs-highways der Industrie, Bürgersteige (side-walks) einzurichten, wo Gruppen und einzelne in eigenem Interesse, auf eigenen Wunsch und auf eigenen dafür bereitgehaltenen Wegen sich an die Öffentlichkeit wenden können.“⁵⁵

Die Einflüsse der USA sind weltweit spürbar, da es das erste Land mit einem „open channel“ war.

In der Bundesrepublik Deutschland beginnt die Entwicklung des ersten partizipativen Fernsehsenders unter der SPD/FDP Koalition.

„1974 wurde von dem damaligen Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen, Horst Ehmke, die unabhängige ‘Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems’ (KtK) eingesetzt. Diese wurde mit der Aufgabenstellung beauftragt, Vorschläge für ein wirtschaftlich vernünftiges und gesellschaftlich wünschenswertes Kommunikationssystem der Zukunft zu erarbeiten.“⁵⁶

1976 empfiehlt die Kommission im Telekommunikationsbericht als Ergebnis ihrer Forschungsarbeit die Bedürfnisse der Bevölkerung in Kabelpilotprojekten zu ermitteln. Mit Hilfe wissenschaftlicher Begleitforschung kann so der „Bedarf der Bevölkerung an den Neuen Medien“⁵⁷ festgestellt werden. „Ausdrücklich werden in diesem

⁵³ Horst, 1975, S. 32

⁵⁴ Vgl.: Rolli, 1981, S. 41

⁵⁵ <http://www.bok.de/doku/kamp00.pdf> Zugriff am 20.01.2009

⁵⁶ Fürhapter, 2003, S. 19

⁵⁷ Schütz, 2002, S. 31

*Zusammenhang die Offenen Kanäle genannt, die als Möglichkeit eines partizipativen Zugangs erprobt werden sollen*⁵⁸

1978 starten in der Bundesrepublik Deutschland die ersten befristeten Kabelpilotprojekte in Berlin, Mannheim, Ludwigsburg, Dortmund und München. Drei dieser Projekte sind im Rahmen eines Offenen Kanals aufgebaut.⁵⁹

1980 wird die Finanzierung durch den „Kabelgroschenzuschlag“ auf die allgemeine Rundfunkgebühr gesichert.

1982 wird der Ausbau der Verkabelung durch den Wechsel der Bundesregierung beschleunigt. Die Koalition von CDU/CSU und FDP sieht im privaten Rundfunk neue Arbeitsplätze und beendet das öffentlich-rechtliche Monopol.

*„Im Januar 1984 startete dann als erster bundesrepublikanischer Bürgersender der Offene Kanal Ludwigshafen/Vorderpfalz – noch vor dem ersten privatwirtschaftlichen Rundfunkunternehmen...“*⁶⁰

Neben der „Expertengruppe Offener Kanal“ gibt es als bundesweite Interessensvertretung seit 1988 den „Bundesverband Offene Kanäle“.

*„Zweck des Vereins ist die Förderung der Erziehung, Volks- und Berufsbildung mit Schwerpunkt auf politischer Bildungsarbeit. Im Rahmen dieses Zwecks fördert der Verein die Entwicklung demokratischer Kommunikationsstrukturen in den elektronischen Medien und die Verbreitung neuer, mediengestützter Kommunikationsformen als Bestandteil eines demokratischen Gemeinwesens.“*⁶¹

Nähere Informationen: <http://www.bok.de>

*„Mittlerweile sind Offene Kanäle zu einer europaweiten Bewegung geworden, die sich in den „Open Channels for Europe“ verbinden.“*⁶²

Eine Liste aller europäischen alternativen Fernsehkanäle findet sich auf der Homepage der Organisation: www.openchannel.se/euro/index.htm .

⁵⁸ Schütz, 2002, S. 31

⁵⁹ Vgl. Fürhapter, 2003, S. 19

⁶⁰ Fürhapter, 2003, S. 24

⁶¹ www.bok.de, Zugriff am 05. 10. 2007

⁶² Fürhapter, 2003, S. 16

Die Entwicklung eines „Bürgerkanals“ wird von Kritikern oft als Alibiaktion bezeichnet, von Medienpolitikern initiiert, um ihr schlechtes Gewissen bezüglich der zahlreichen kommerziellen Einrichtungen zu erleichtern.⁶³

In Deutschland und aktuell in Wien ist auffällig, dass partizipative Sender nicht von unten, d.h. nicht in Folge eines Druckes von Bürgerinitiativen, entstanden sind. Der Wunsch kommt von der politischen Seite, mit neuen Rundfunkformen zu experimentieren und unterliegt seither diesem Willen.⁶⁴

2.2.5 Medienkompetenz versus Meinungsfreiheit

Die beiden Hauptmotive, „alternative Medienarbeit“ voranzutreiben, sind die Vermittlung von Medienkompetenz und das Recht auf freie Meinungsäußerung.

Ein partizipativer Fernsehsender wird heute oft als pädagogisches Instrument gesehen, mit dessen Hilfe Medienkompetenz vermittelt wird. Die Absicht dabei ist, das Selbstbewusstsein der Beteiligten zu stärken.

„Medienkompetenz beschreibt die Fähigkeit, der Flut von medialen Eindrücken und Informationen nicht passiv ausgesetzt zu sein, sondern sich ihrer Wirkungen und Ziele bewusst zu sein, das Spektrum der Angebote zu kennen und auswählen zu können. ... Medienkompetenz beinhaltet neben der individuellen Befähigung, mit Medien kritisch und selbstbestimmt umzugehen (...) auch das Ziel, zur aktiven, effektiven Verwendung der verfügbaren Informationen im Rahmen der gesamtgesellschaftlichen Lebensgestaltung zu befähigen.“⁶⁵

Medienkompetenz zeigt sich auch darin, dass jemand keine Scheu vor einer größeren Öffentlichkeit hat, den Umgang mit der Technik beherrscht und den Produktionsbetrieb kennt.⁶⁶

⁶³ Vgl. Fürhapter, 2003, S. 19

⁶⁴ Vgl. Fürhapter, 2003, S. 18

⁶⁵ Bickelmann/Sosalla, 2002, S. 17-19

⁶⁶ Vgl. Rolli, 1981, S. 14

Damit kann Medienkompetenz die persönliche Identitätsbildung unterstützen, sie intensiviert die Auseinandersetzung mit sich selbst und kann gerade bei Kindern und Jugendlichen das Selbstbewusstsein stärken.⁶⁷

Medienkompetenzvermittlung ist das zentrale Anliegen in den neunziger Jahren.

Davor war die Argumentation für alternative Medienarbeit eine andere:

Die Gründer alternativer Medienprojekte, ob einer Zeitung oder partizipativer Rundfunksender, berufen sich in den 70er Jahren auf das Grundrecht der Meinungsfreiheit.

In Deutschland wird Artikel 5 des Grundgesetzes als zentrales Argument angeführt, um auf die Notwendigkeit eines Offenen Kanals hinzuweisen.⁶⁸

„Art. 5 (1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.“⁶⁹

Schon der privatwirtschaftliche Rundfunk fordert mit Artikel 5 sein Recht auf Existenz neben öffentlich-rechtlichen Sendern. Die Argumentation partizipationsorientierter Sender auf Meinungsfreiheit nach Artikel 5 führt in Deutschland zu einer größeren Akzeptanz von Fernsehsendern der dritten Art.⁷⁰

In der Europäischen Union ist dieses Recht folgendermaßen festgelegt:

„In der Charta der Grundrechte der Europäischen Union vom 18.12.2000 regelt in Artikel 11 die Freiheit der Meinungsäußerung und Informationsfreiheit“⁷¹

Wie diese Umsetzung in Österreich aussieht, wird im Kapitel „Die Gesetzeslage“ verdeutlicht. Die Freiheit der Meinungsäußerung ist eine

⁶⁷ Vgl.: Fürhapter, 2003, S. 91

⁶⁸ Vgl. Schütz, 2002a, S. 21

⁶⁹ www.artikel5.de Zugriff am 20.01.2009

⁷⁰ Vgl. Schütz, 2002, S. 31

⁷¹ Schütz, 2002a, S. 21

Sache, eine weitere ist eine legale und wirksame Möglichkeit, um diese veröffentlichen zu können.

Hier erkennt man die verschiedenen gesellschaftspolitischen Anliegen einer Generation. Die Art des Zugangs zum Thema ist immer noch Auslöser heftiger Diskussionen. Im folgenden Kapitel wird das weiter verdeutlicht.

2.2.6 Prozessorientierter versus produktorientierter Zugang

Im Rahmen der Videobewegung haben sich zwei konträre Arbeitsweisen herauskristallisiert:

„ein medienpädagogischer Ansatz der die Vermittlung von Medien- und Kommunikationskompetenz anstrebt (prozessorientiert) und ein journalistischer Ansatz, der eine Gegenöffentlichkeit etablieren möchte (produktorientiert). Die Prozessorientierung konzentriert sich stärker auf bildungspolitische Anliegen, die Produktorientierung auf demokratiepolitische Ziele.“⁷²

Diese zwei ideologischen Grundhaltungen haben entscheidende Auswirkungen auf die weiteren Bereiche, wie *„Organisation (Programmablauf, Sendeschema u.a.) und technische Infrastruktur (professionelle oder semi-professionelle Ausstattung)“⁷³*.

Die Vertreter der „video-animation“ verfolgen den prozessorientierten Ansatz. Für sie ist es primär wichtig, die Kommunikation in einer gemeinschaftlichen Arbeit sowie das kreative Potential ihrer Nutzer zu fördern. Das fertige Videoendprodukt steht für sie nicht im Vordergrund.

Die Anhänger der „video-militanten“ Grundhaltung befürworten eine stark produktorientierte Herangehensweise. Sie streben weiterhin eine Trennung

⁷² Schütz, 2002b, S. 19

⁷³ Schütz, 2002b, S. 19

von Produzent und Zuseher an. Für sie ist das journalistische Endprodukt ausschlaggebend.⁷⁴

Eine frühe Theorie des prozessorientierten Ansatzes findet sich bereits im berühmten Aufsatz Walter Benjamins zum Kindertheater aus dem Jahr 1928, der im Zusammenhang mit der Kulturarbeit von Asja Lacis entstand.

Helga Fürhapter wiederum vergleicht den prozessorientierten Zugang mit der pädagogischen Theaterarbeit von Augusto Boals „Theater der Unterdrückten“.

Die berühmteste theoretische Auseinandersetzung im Zeichen einer produktorientierten Ausrichtung stammt von Hans Magnus Enzensberger aus dem Jahre 1970. Sein Text „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ hatte nachweislich Einfluss auf die Arbeiten der Videoaktivisten.

„Er skizzierte darin das gesellschaftsverändernde Potential der elektronischen Medien, die für ihn Instrumente sind, um einen Hort an Gegenöffentlichkeit zu bilden.“⁷⁵

Für die Videoaktivisten ist eine theoretische Auseinandersetzung mit ihrer Arbeit sehr wichtig, interne, ideologische Meinungsverschiedenheiten bleiben aber bestehen.

Diese konträren Zugangsarten zur Videoarbeit entwickelten sich, nachdem die Videogruppen resignierend festgestellt haben, dass in der Bevölkerung ein zu geringes politisches Interesse vorhanden ist, um darauf aufbauen zu können. Neben finanziellen Problemen treten die Richtungsstreitigkeiten in den Vordergrund, hervorgerufen aus falschen, zu hohen Zielen.⁷⁶

Die Erfahrungen und Arbeitsweisen der Videobewegung werden als direkte Vorläufer für partizipative Fernsehsender gesehen. Der grundlegende, ideologische Zugang ist bis heute ein häufiger Streitpunkt und spielt nach wie vor in den Senderstrukturen eine gewichtige Rolle.

⁷⁴ Vgl. Schütz, 1992, S. 12

⁷⁵ Schütz, 2002b, S. 19

Bei OKTO ist eindeutig der prozessorientierte Zugang zur Medienarbeit gegeben.

2.3 Partizipative Medienarbeit in Österreich

Die Anfänge alternativer Medienarbeit mit Video finden Ende der 60er Jahre in den USA und Kanada statt, etwas später dann in Westeuropa. Es geht den Filmemachern zu Beginn noch weniger um eine unabhängige Berichterstattung, sondern mehr darum, eigene Erfahrungen zu sammeln und die produzierten Videos an professionelle Abnehmer zu verkaufen.

„Videogruppen sind in Eigeninitiative gegründete Zusammenschlüsse von Personen, die, unabhängig und nicht kommerziell orientiert, mit Video-Ausrüstung Filme produzieren.“⁷⁷

Ab 1973 beginnt man in Europa, im Speziellen an den Kunsthochschulen, sich theoretisch mit Videoarbeit zu beschäftigen.⁷⁸ Die Entwicklungen und Ergebnisse aus den Auseinandersetzungen über die *„Auswirkungen auf Inhalt, Form und Einsatzmöglichkeit der Videoprodukte“*⁷⁹ werden schließlich in die Praxis übernommen. Daraus entwickelt sich die unabhängige Arbeit mit Video als

„selbstständige Kommunikation, die gegen die zur Zeit praktizierte Massenkommunikation gerichtet ist. Ihr Ziel ist den Rezipienten Einsicht in die Grundlagen der bestehenden Kommunikations- und Machtstrukturen zu vermitteln und Wege zu sinnvoller Kommunikation zu erschließen.“⁸⁰

⁷⁶ Vgl. Schütz, 1992, S. 12

⁷⁷ Rolli, 1981, S. 26

⁷⁸ Vgl. Lechenauer, 1979, Seite 11

⁷⁹ Lechenauer, 1979, S. 11

⁸⁰ Fissal, 1989, S. 149

Innerhalb dieser Bewegung bilden sich stark politisch engagierte Gruppen. Mit ihren Arbeiten versuchen sie, Emanzipation, lokalpolitische Bewusstseinsbildung und Medienkompetenz zu vermitteln.

Die alternative Medienarbeit mit Video wird von Bürgerinitiativen und Stadtteilarbeitsgruppen genützt und aktiv eingesetzt.⁸¹ In diesem Umfeld entstehen die ersten Forderungen nach einem „Bürgersender“, einer autonomen Plattform für selbst produzierte Filme, und damit nach der Möglichkeit, sie einer größeren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.⁸²

„Die Videobewegung ist ein direkter Vorläufer der Offenen Kanäle. Sie trachtete, die Videotechnik als ein Instrument gesellschaftlicher Veränderung nutzbar zu machen.“⁸³

In den 80er Jahren kommen technische Entwicklungen hinzu, die großen Einfluss auf die alternative Medienarbeit mit Video haben.

„Technische Möglichkeiten, über Kabel und Satellit unzählige Kanäle zu betreiben sowie die gesetzliche Gewährung haben dann in den frühen 80er Jahren das `private und freie Fernsehen´ hervorgebracht. Schließlich war mit der aufkommenden Videotechnik im VHS-Standard eine bezahlbare und auch von TV-Laien bedienbare Produktionstechnik für die Offenen Kanäle gegeben.“⁸⁴

Das Kabelfernsehen eine neue kostengünstige Möglichkeit zu senden. Ein Offener Kanal wird nicht ohne Grund „Kind der Breitbandverkabelung“⁸⁵ genannt.

⁸¹ Vgl. Lechenauer, 1979, S. 11

⁸² Vgl. Rolli, 1981, S. 26

⁸³ Schütz, 1992, S. 12

⁸⁴ Fürhapter, 2003, S. 18

⁸⁵ Fürhapter, 2003, S. 15

2.3.1 Die Videobewegung in Österreich

Die Videobewegung in Österreich setzt sich aus verschiedenen Projekten und Initiativen von Videoaktivisten zusammen. Ihre Arbeit *„zielte darauf ab, eine neue Art von Öffentlichkeit zu verbreiten“*⁸⁶. Wachsender Unmut entstand aus der unkritischen Berichterstattung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, Ende der 1960er Jahre.

*„Es herrschte damals eine ziemliche Unzufriedenheit mit dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen. »Normale Menschen« kamen damals fast überhaupt nicht zu Wort, nicht einmal Sendungen über sie gab es. Wie in ganz Europa gab es auch in Österreich die Forderungen nach Offenen Kanälen.“*⁸⁷

Das Missfallen der einseitigen Darstellung in den Massenmedien bringt die Bewegung dazu, die Medien Fernsehen, Video und Rundfunk für sich zu verwenden.⁸⁸ Neben politischen Initiativen wird die Arbeit mit Video auch für künstlerische Arbeiten verwendet.

Die ersten künstlerischen Versuche, das Medium Video nicht-kommerziell zu verwenden, finden Ende der 60er Jahre im Bereich der Videokunst, u. a. von Peter Weibel und Valie Export, statt.

*„Der größte Teil dieser frühen künstlerischen Arbeiten besteht in Installationen und Performances, die mit der Gleichzeitigkeit von Aufnahme und Wiedergabe operieren.“*⁸⁹

Österreich galt in den 1970er Jahren als Vorbild in Sachen Videoarbeit.

Im folgenden Kapitel stelle ich die bekanntesten Videoprojekte vor, welche im Umfeld der österreichischen Videobewegung entstanden sind.

⁸⁶ Brunner-Szabo, 1992, S.128

⁸⁷ <http://homepage.univie.ac.at/Eva.Brunner-Szabo/ok.html> Zugriff am 20.11.2007

⁸⁸ Vgl. Brunner-Szabo, 1992, S.128

⁸⁹ Brunner-Szabo, 1992, S. 128

2.3.2 Lokales Fernsehen

1976 wird in Österreich erstmals ein „Bürgerfernsehen“ erprobt. *„Die Arbeit zielte auf eine Reform des ORF in Richtung Dezentralisierung.“*⁹⁰ Die Videos setzen sich inhaltlich mit den Problemen der Bevölkerung auseinander.

*„Bänder zu Themen wie Arbeitswelt, Jugend und Freizeit, Mattersburger Initiative oder soziale Probleme entstehen. Das Interesse der Bevölkerung ist groß, so gibt es an die 300 aktive Mitarbeiter und fast 5.000 Personen sehen die Videos“*⁹¹

Die Initiative „Lokales Fernsehen Burgenland“ wurde im Juni 1976 mit finanzieller Unterstützung der Landesregierung Burgenland in Mattersburg begonnen. Bis Ende Oktober entwickelt das „Institut für Informationsentwicklung (IFI)“ alles Erforderliche zum Projektstart. Die Mitarbeiter des Instituts organisieren die Kontaktherstellung mit der lokalen Bevölkerung, die Raumbeschaffung und begleiten die Menschen bei der Produktion der Videofilme. Die fertigen Videobeiträge werden als *„Eigenproduktionen der Bevölkerung“*⁹² bezeichnet.

Die finanzielle Abhängigkeit von der Politik schränkt allerdings die angestrebte Autonomie des Projekts ein. Die geplante Ausstrahlung der Videobeiträge über die Gemeinschaftsantenne kann nicht stattfinden, weshalb auf eine Art Wanderkino zurückgegriffen wird.⁹³

*„Ende 1976 lief ein ähnliches Projekt 8 Monate lang in der Steiermark: ‚Lokales Fernsehen Steiermark‘. Es wurde von der Video Initiative Graz in Zusammenarbeit mit der Projektgruppe ‚Lokales Fernsehen Burgenland‘ verwirklicht und ebenfalls von der Bundesregierung und dem Land gemeinsam finanziert.“*⁹⁴

Bis heute blickt man stolz auf die Arbeit des IFI zurück, welches gemeinsam mit der „Video Initiative Graz“ eine Vorreiterrolle in Österreich einnimmt.

⁹⁰ Brunner-Szabo, 1992, S.129

⁹¹ Brunner-Szabo, 1992, S. 129

⁹² Reich, Christa: S. 162

⁹³ Vgl. Brunner-Szabo, 1992. S.129

⁹⁴ Schütz, 2002c, S. 65

2.3.3 Video Initiative Graz

Die Grazer Videoinitiative rund um Peter Hueber als Geschäftsführer arbeitet in unterschiedlichen Teams gemeinsam an ihren Projekten, u. a. ab 1979 mit Sepp Auer, Günther Dick und Hans Kronberger, 1982-83 mit Eva Kandlbinder und Christian Mayr.

„Die Video Initiative Graz ging aus einer Videoaktion während der Tagung Steirische Akademie: Publikum macht Programm im Herbst 1975 hervor. Die Gruppe war als gemeinnütziger Verein organisiert, mit dem Ziel der Förderung der politischen und kulturellen Bildung, der schulischen und außerschulischen Volks- und Erwachsenenbildung ... vorzüglich vermittels der Durchführung von Videoarbeit.“⁹⁵

Bereits 1976 bekommt sie für mehrere Projekte Subventionen vom Unterrichtsministerium, der Stadt Graz sowie von der steirischen Landesregierung zugesprochen.

Eines ihrer bekanntesten Videoprojekte ist das „Projekt Arbeitswelt“, in dem steirische Arbeiter ihre Arbeitssituation in einer Videodokumentation festhalten.

1979 und 1980 gab man SchwerarbeiterInnen in großen Fabriken, wie VEW in Mürzzuschlag und Hönigsberg, ÖBB Hauptwerkstätte, Austria Email, Kameras und regte dazu an⁹⁶, *„Videobeiträge zu gestalten, in denen sie ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen reflektierten.“⁹⁷*

Ziel der „Video Initiative Graz“ war es, durch Bewusstmachung von Problemen, die Betroffenen sprechen zu lassen.

„Die Video Initiative Graz war also eine frühe Bildungsinitiative, deren Zielsetzung man ab Mitte der neunziger Jahre unter dem Begriff Medienkompetenzvermittlung an sozial benachteiligte Gruppierungen definieren würde. Dabei findet man durchaus Anlehnungen an verschiedene Techniken von Augusto Boals „Theater der Unterdrückten.“⁹⁸

⁹⁵ Schütz, 2002c, S. 65

⁹⁶ Vgl. Schütz, 2002c, S. 66

⁹⁷ Schütz, 2002c, S. 66

⁹⁸ Schütz, 2002c, S. 66

Der Anspruch der „Video Initiative Graz“, die Betroffenen für sich selbst sprechen zu lassen, stößt aber bald auf Grenzen.

„...du kannst die Arbeiter in einer Fabrik... nicht dazu bringen, daß sie sagen: «Jetzt machen wir die nächsten zwei Monate nur Video». Dieser Anspruch ist einfach unrealistisch.“⁹⁹

2.3.4 Planquadrat

Das Projekt „Planquadrat“ des ORF ist ein gelungenes Beispiel für einen Partizipationsversuch im öffentlich-rechtlichen Fernsehen. 1974 ist dies der erste Versuch in Österreich, unmittelbar betroffenen Bürgern die Möglichkeit zu geben, ihre Probleme und Konflikte selbst zu dokumentieren.

„Es handelt sich dabei um ein Projekt im Rahmen der Stadterneuerung, an dem die Wiener Gemeindeverwaltung, die betroffenen Bewohner des `Planquadrat` - Viertels in Wien und der österreichische Rundfunk als Auftraggeber für eine Dokumentationsserie im Fernsehen beteiligt waren“¹⁰⁰

Der Anstoß geht in diesem Fall von nicht von der Verwaltung des betroffenen Gebiets oder einer Bürgerinitiative aus, welche gezielt die Öffentlichkeit sucht, sondern von unabhängigen Dritten, wie hier von Mitarbeitern der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalt (allerdings muss erwähnt werden, von freien Mitarbeitern). Dies ist für ein solches Projekt unüblich.¹⁰¹

Das „Planquadrat – Team“ bewegt sich immer wieder am Rande der Illegalität. Arbeitszeiten können nicht eingehalten werden, weil das Team immer erreichbar ist und zur Hilfe eilt. Es wird weder nach Drehplänen noch nach Kosten- oder Terminplänen gearbeitet.¹⁰² Das Team kann die vom

⁹⁹ Brunner-Szabo, 1992, S. 127

¹⁰⁰ Fabris, 1979, S. 189

¹⁰¹ Vgl. Fabris, 1979, S. 189

¹⁰² Vgl. Reich Christa S. 42

Rundfunkgesetz erforderliche Objektivität und Unparteilichkeit nicht immer erfüllen. Das „Sozialexperiment“ kann auch nicht mit den üblichen journalistischen Praktiken eines öffentlich-rechtlichen Fernsehsenders arbeiten. Dafür demonstriert es vorbildhaft die Möglichkeit eines partizipatorischen Mediengebrauchs. Dieser Gedanke stand von Anfang an im Vordergrund des Projekts.

Helmut Voithl muss 1978 schließlich kapitulieren und die „Untergrundbewegung“ innerhalb des ORF scheitert nach 5 Jahren an hausinternen bürokratischen Hindernissen.

2.3.5 Medienwerkstatt Wien

Die Besetzung der Arena im 3. Wiener Gemeindebezirk kann als Initialzündung dafür gesehen werden,¹⁰³ dass es *„1978 zur Gründung des Vereins Medienzentren, einem Zusammenschluß der verschiedensten Videogruppen“*¹⁰⁴ kommt. Zwei Jahre später wird daraus die „Medienwerkstatt Wien“. Das Ziel ihrer Arbeiten ist, mit dem Medium Video soziale Veränderungen hervorzurufen. Die Herstellung einer Gegenöffentlichkeit wird damit angestrebt.¹⁰⁵

12 Videogruppen aus sozialen, politischen und künstlerischen Bereichen finden, in einem selbst verwalteten Dachverband zusammen. Ihre Hoffnung ist es, finanzielle Schwierigkeiten sowie Orientierungsschwierigkeiten gemeinsam lösen zu können.

„Der Verein Medienzentrum entstand im Mai 1978 aus dem Zusammenschluß von 12 unabhängigen Videogruppen, die im Raum Wien, Niederösterreich und Burgenland tätig waren. Gemeinsames Ziel war die Errichtung eines lokalen Medienzentrums in Wien. Anfang 1980 begann die Arbeit im Rahmen der Medien Werkstatt

¹⁰³ Vgl. Brunner-Szabo, 1992, S. 130

¹⁰⁴ Brunner-Szabo, 1992, S.130

¹⁰⁵ Vgl. Brunner-Szabo, 1992, S.130

*Wien, das seit damals als offenes Medienzentrum für den ostösterreichischen Raum geführt wird.*¹⁰⁶

Der Verein orientiert sich an Vorbildern im In- und Ausland. Seine Ziele sind der Aufbau einer Infrastruktur für die "unabhängige Videoarbeit", die Produktion und den Vertrieb, die Verbesserung des Kontakts zwischen den einzelnen Videoschaffenden und die Zusammenarbeit mit ausländischen Medienzentren.

Die Geschichte der Medienwerkstatt ist geprägt von einem „Prozeß des Experimentierens mit Video – in technischer, künstlerischer, distributiver, medienpolitischer und medienpädagogischer Hinsicht.“¹⁰⁷

Bis heute hat die Medienwerkstatt Wien einen wichtigen Stellenwert in der unabhängigen, parteilosen Arbeit mit Video.

2.3.6 Stadtwerkstatt TV Linz (STWST-TV)

Stadtwerkstatt TV Linz hat sich die Aufgabe gestellt, Kunst im Fernsehen nicht zu reproduzieren, sondern Fernsehen als künstlerisches Handwerk zu benutzen.¹⁰⁸

*„Die Initiative Stadtwerkstatt TV Linz wurde 1986 gegründet und realisierte seit dem regelmäßig Projekte wie z.B.: Automaten-TV, Hotelevision, Live in Buffalo (6 Sendungen), Relgionshygienementalhealthcomplex, Austrian Pictures, TV-Punk, Checkpoint95. Sie arbeiten unter dem Motto: Fernsehen muß unter die Haut gehen. Sie verstehen sich nicht als Dokumentaristen oder Journalisten sondern als Künstler.“*¹⁰⁹

¹⁰⁶ Reich, 1985, S. 165

¹⁰⁷ Brunner-Szabo, 1992, S. 135

¹⁰⁸ Vgl. Oberösterreichische Landesgalerie & Stadtwerkstatt (Hrsg.), 1995, S. 269

¹⁰⁹ <http://homepage.univie.ac.at/Eva.Brunner-Szabo/ok.html> Zugriff am 20.11.2007

„Entscheidende Schnittstelle zwischen Kino und TV ist die Live-Sendung. Sie bietet dem Zuschauer die Möglichkeit das Programm zu beeinflussen, in weiterer Folge sogar deren Verlauf zu bestimmen.“¹¹⁰

Jede Position, wie Kamera, Grafik, Musik oder Ton, wird von einem Künstler betreut. Mittels Telefon, Mail, CB-Funk oder persönlichem Auftreten im Studio geben die Gestalter den Zuschauern so die Möglichkeit, das gesendete Programm direkt zu beeinflussen.¹¹¹ Die Beteiligung des Publikums ist erwünscht und ein wichtiger Teil der Sendungen und Projekte.

„Ganz unter der alten Prämisse von Bert Brecht: Jeder Empfänger ist auch ein potentieller Sender. D.h. sie sehen Fernsehen als Kommunikationsmedium, das in mehr als eine Richtung funktioniert.“¹¹²

2.3.7 „O-Ton“ - ein Beispiel für Partizipation im Hörfunk

Auch im Bereich der Hörspielarbeiten gibt es früh einen Versuch mit partizipativer Zielgruppenarbeit, um den Konsumenten als Produzenten einzubinden.

Die Originaltonhörspiele sind ein Versuch der Partizipation im Hörfunk. Im Bereich alternativer Medienarbeit ist das ebenso erwähnenswert wie die Videoprojekte.

„Das O-Ton-Hörspiel wird als Möglichkeit betrachtet, die Sprache jener Gruppe hörbar zu machen, die bisher in den Medien nicht zur Sprache kamen.“¹¹³

¹¹⁰ Oberösterreichische Landesgalerie & Stadtwerkstatt (Hrsg.), 1995, S. 269

¹¹¹ Vgl. Oberösterreichische Landesgalerie & Stadtwerkstatt (Hrsg.), 1995, S. 269

¹¹² <http://homepage.univie.ac.at/Eva.Brunner-Szabo/ok.html> Zugriff am 20.11.2007

¹¹³ Würffel, 1978, S. 179

Bei Originaltonhörspielen (kurz O-Ton-Hörspielen) werden akustische Aufzeichnungen manipuliert, um die gewünschte Aussage zu erhalten.

„»O-Ton ist mehr als eine Hörspieltechnik.« Originalton (auf Sprache bezogen) heißt: reden, öffentlich reden oder nicht öffentlich reden.“¹¹⁴

Hierbei wird versucht Brechts Forderung (*„Der Rundfunk müßte [...] aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren“¹¹⁵*) umzusetzen.

„... indem sie sich konkret bemühen, die institutionalisierte Trennung von Konsumenten und Produzenten außer Kraft zu setzen.“¹¹⁶

Auch die Rolle der Autoren wird verändert.

„Als jemand, der sein eigenes Dichten nicht länger als repräsentatives und stellvertretendes Sprechen und Schreiben begreift, sondern vielmehr in der Rolle eines Interviewers und literarischen Sekretärs sieht [...] kann er sich den potentiellen Hörer als Co-Autor und Co-Produzenten gewinnen.“¹¹⁷

Erste Originalhörspiel-Projekte entstehen Anfang der 1970er Jahre in der Bundesrepublik Deutschland.

Die Initiatoren, meist Hörspielautoren, wenden sich an Arbeiter in Fabriken und Jugendliche, wie z.B. beim O-Ton-Hörspiel „Berufsbild“ von Frank Göhre¹¹⁸, das in Zusammenarbeit mit Lehrlingen einer Berufsschule entstand.

Der Autor und Regisseur erzählt, wie er mit den Betroffenen gearbeitet hat.

„Der Beginn der Arbeit muß im Zusammenhang mit den ersten Aktivitäten der Arbeitsgemeinschaft kaufmännischer und gewerblicher Lehrlinge im Raum Essen gesehen werden, die 1968 erstmals öffentlich auf die Missstände in ihrer Ausbildung aufmerksam machen. Ich sammle Flugblätter, Dokumente, Berichte und

¹¹⁴ Schöning, 1974, S. 36

¹¹⁵ Brecht, 1932, S. 553

¹¹⁶ Würffel, 1978, S. 175

¹¹⁷ Würffel, 1978, S. 176

¹¹⁸ Erstausstrahlung WDR III. Pr. 25. 3. 1971

Materialien zur »Lehrlingsfrage« und beteilige mich an Demonstrationen und Tribunalen.¹¹⁹

Das Ziel der Arbeit sind Tonbandaufnahmen zu Problemen, Originaltöne von Betroffenen. Diese werden gezielt montiert und manipuliert, um eine klare gezielte Aussage zu erreichen.

Die Bezeichnung Originalton täuscht vor, die Aufnahmen seien authentisch und echt. Durch Montage, kommentierte Interpretationen und Gegenmontage mit anderen Tonmaterialien wird aber bewusst manipuliert.

Klaus Schöning schreibt in seinem Buch „Neues Hörspiel O-Ton – Der Konsument als Produzent, Versuche. Arbeitsberichte“ :

„Der Untertitel »Der Konsument als Produzent« weist eher auf die gemeinsame Richtung als auf die Einlösung dieses Anspruchs hin.“¹²⁰

Gesellschaftliche Zustände werden thematisiert und bekommen eine öffentliche Plattform im Hörfunk.

¹¹⁹ Göhre, 1974, S. 216

¹²⁰ Schöning, 1974, S. 28

2.4 Ein verpasster Anschluss

Die oben genannten Rundfunkprojekte gelten als Vorreiter für einen partizipativen Fernsehsender wie OKTO.

In Österreich gibt es jedoch keine geradlinige Entwicklung von der Arbeit der Videoaktivisten zur Gründung eines partizipativen Fernsehsenders. In anderen Ländern Europas gehen die Forderungen der Videobewegung direkt über zu einem Bürgersender. In Österreich entsteht eine Lücke von über 20 Jahren.

„Es mag mittlerweile überraschend klingen, doch noch Anfang der achtziger Jahre haben ExpertInnen in anderen Ländern nach Österreich geblickt, wenn sie über Offene Kanäle nachdachten. Österreichische Videoprojekte hatten Vorbildcharakter. Und erste Versuche, ein lokales, partizipatives Fernsehen aufzubauen, die 1977 stattfanden, galten als einzigartig im deutschsprachigen Raum „¹²¹

Die ersten Videoprojekte und lokalen Videoarbeiten in Österreich werden *„zum Großteil mit Mitteln des Bundesministeriums für Unterricht und Kunst und einigen Landeskulturämtern unterstützt“¹²²*.

Die anfängliche Euphorie hat auch einen politischen Hintergrund:

„Die damalige Begeisterung für Videoarbeit bei politischen Parteien und Landeskulturstellen ist auf die beginnende Verkabelung österreichischer Städte und Gemeinden (seit etwa 1974) zurückzuführen.“¹²³

Um die Verkabelung rechtfertigen zu können, wurden Videoprojekte unterstützt. Im Bereich der Video und Medienarbeit entstand dadurch auch die Hoffnung, mit der Verkabelung eine Öffentlichkeit erreichen zu können. Dieser Zugang blieb für private aber noch jahrelang versperrt.

Die Projektsubventionen durch öffentliche Geldgeber gehen Anfang der 80er Jahre wieder stark zurück und Förderungen im Bereich der demokratischen Videoarbeit werden ab 1984 nur noch mit Einfluss auf Themenwahl und

¹²¹ Schütz, 2002c, S. 65

¹²² Fabris, 1984, S. 186

¹²³ Hueber/Mayr, 1984, S. 78/79

Gestaltung geleistet. Heute (Stand 2009) besteht als einzige dauerhafte Einrichtung für Videoaktivisten die Medienwerkstatt Wien.¹²⁴

Die Finanzierung der Projekte in den 70er Jahren ist ein Mittel zum Zweck und nach der Verkabelung der Großstädte gibt es kein weiteres Interesse, partizipative Medienarbeit zu unterstützen. Die Verwirklichung partizipativer Medienprojekte scheiterte neben der Finanzierung an einer offenen, kommunikativen Infrastruktur. Solange die Stufe darunter keinen Nutzen in der Umsetzung demokratischer Medienprojekte sieht, wird diese nicht stattfinden. Neben der Politik muss auch die Gesellschaft einen Mehrwert in demokratischen Medienprojekten sehen. Die Finanzierung aus öffentlichen Geldern kann nur längerfristig bestehen, wenn von politischer Seite die Sinnhaftigkeit von partizipativen Medienprojekten erkannt wird. Die Aufhebung der bestehenden Strukturen von Sender und Empfänger muss akzeptiert werden, um nötige Produktionsmittel zu beschaffen. Dies beginnt bei lokalen Medien- und Kulturzentren und medienpädagogischen Angeboten, um einen partizipativen Sender entsprechend nützen zu können.

Das mangelnde Interesse, von politischer Seite sowie von der Gesellschaft, an partizipativen Medienprojekten ist auch ein Grund, warum der ORF so lange eine Monopolstellung besitzen konnte und erst ein Spruch des Europäischen Gerichtshofes für Menschenrechte 1993 diese aufhob.

Im folgenden Kapitel wird deutlich, wie trotzdem eine Liberalisierung bis in die 90er Jahre verhindert wurde.

¹²⁴ Vgl. Fabris, 1984, S. 187

2.4.1 Die Gesetzeslage

Die Monopolstellung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Österreich, des ORF, wird ab 1993 mit dem Regionalradiogesetz in kleinen Schritten aufgehoben. Bis dahin gab es keine Möglichkeit für privat-wirtschaftliche, kommerzielle oder nichtkommerzielle Rundfunksender legales ihr Programm legal mittels einer Sendelizenz auszustrahlen.

„Ende der achtziger Jahre und Anfang der neunziger Jahre entstand in Wien sowie in anderen Orten Österreichs eine äußerst rege PiratInnenradioszene.

Ein wesentlicher Antrieb für diese Entwicklung war, dass zu diesem Zeitpunkt in Österreich nach wie vor das Rundfunkmonopol des ORF bestand. Es ist dem politischen und letztlich auch rechtlichen Engagement der RadiopiratInnen zu verdanken, daß dieses Monopol durch ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes am 24.11.1993 zu Fall gebracht wurde.“¹²⁵

Die freie Radioszene und allen voran Radio Orange waren maßgeblich an der Liberalisierung des Rundfunks beteiligt.

1993 wurde der "Verein zur Förderung und Unterstützung von freien lokalen nichtkommerziellen Radioprojekten" (kurz: Verein Freies Radio Wien) gegründet, um auf politischer Ebene für einen legalen Zugang zu kämpfen.¹²⁶ Radio Orange 94.0 ist seit 1998 „on air“ und Wiens erster und einziger nicht-kommerzieller Hörfunkkanal.

Das Regionalradiogesetz ermöglichte privaten Hörfunk auf subnationaler Ebene. Für die zehn Senderlizenzen gab es über 150 Antragsteller. Wegen der Nichtberücksichtigung einiger Antragsteller reichten diese beim Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) Klage ein und Österreich wurde wegen Verletzung des Artikels 10 EMRK¹²⁷ verurteilt.

¹²⁵ <http://o94.at/info/ueber/> Zugriff am 19.01.2009

¹²⁶ Vgl: <http://o94.at/info/ueber/> Zugriff am 19.01.2009

¹²⁷ Der Artikel 10 EMRK garantiert das Recht auf freie Meinungsäußerung. „Jedermann hat Anspruch auf freie Meinungsäußerung [sic!]. Dieses Recht schliesst [sic!] die Freiheit der Meinung und die Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten oder Ideen ohne

1997 wird das Kabel- und Satellitenrundfunkgesetz beschlossen. Damit wird im Nachhinein dem bereits „*seit 1996 existierenden Werbefenster der deutschen Privatsender RTL und SAT.1*“¹²⁸ eine legale Sendetätigkeit ermöglicht.

Bundesweit sind die terrestrischen Sendemöglichkeiten weiterhin nur dem ORF vorbehalten.

Erst im Jahre 2001 wird in Österreich die duale Rundfunkordnung eingeführt, im internationalen Vergleich sehr spät, in Großbritannien wurde sie bereits 1954 umgesetzt.

Das KommAustria-Gesetz mit dem Ziel der Einrichtung einer Rundfunkregulierung tritt ebenso wie das Privatradiogesetz (PrR-G) 2001 in Kraft.

Im Juni 2003 geht der erste private bundesweite Fernsehsender „on air“, ATVplus, heute ATV. Die Lizenz wurde 2002 von der KommAustria für zehn Jahre vergeben.

Okto startet im November 2005 den Sendebetrieb. Rechtlich gesehen wird Okto den privaten Rundfunkveranstaltern zugeordnet. Dies ist der Grund, weshalb eine rundfunkrechtliche Alleinverantwortung der Produzenten nicht möglich ist. Im Vorfeld muss von den Sendungsverantwortlichen eine Nutzungsvereinbarung unterschrieben werden, in der sie sich zur Einhaltung der medienrechtlichen Bestimmungen und Programmrichtlinien verpflichten, die juristische Verantwortung liegt aber letztlich bei der Community TV GmbH, dem Medieninhaber von OKTO, bzw. bei dessen Geschäftsführer.

Eingriffe öffentlicher Behörden und ohne Rücksicht auf Landesgrenzen ein.“
Kanzlei des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte „Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten in der Fassung des Protokolls Nr. 1“, deutsche Übersetzung, November 1998. S. 7
http://www.unhcr.de/fileadmin/unhcr_data/pdfs/rechtsinformationen/International/Voelkerr_Dok/EMRK_Protokoll_Nr_1_4_6_u_7.pdf Zugriff am 02.05.2008

¹²⁸ Deidre, Kevin, 2004, S. 156

2.5 OKTO

„Okto ist ein partizipatives Medium, bei dem nicht nur Profis Fernsehen machen, sondern auch andere engagierte Menschen, die ihre Anliegen medial kommunizieren wollen. Bei Okto haben sie die Möglichkeit, das zu tun. Okto versteht sein Programm als Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Fernsehen.“¹²⁹

OKTO nennt sich „partizipatives Medium“. Der Fernsehsender ist auf die Beteiligung von Einzelpersonen und Communities angewiesen, welche das gesamte Programm produzieren. Der Schwerpunkt liegt bei Communities, bei Gemeinschaften, die ihre Interessen in der Öffentlichkeit als unverstanden und nicht wahrgenommen sehen.

Der Auszug aus den Vereinsstatuten gibt einen Überblick über Zweck und Mittel des Senders und der Arbeit von OKTO.

„§ 2: Zweck

Der gemeinnützige Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn gerichtet ist, bezweckt

- *a) die Freiheit der Meinungsäußerung zu wahren*
- *b) die Erhöhung der Pluralität in der Wiener Medienlandschaft*
- *c) die Ermutigung eines zivilgesellschaftlichen medialen Diskurses*
- *d) die Förderung des demokratiepolitischen Bewusstseins in der Bevölkerung*
- *e) die Förderung des kulturellen Diskurses in der Bevölkerung*
- *f) die Förderung zivilgesellschaftlicher Communities*
- *g) die möglichst breite Vermittlung von Medienkompetenz in der Bevölkerung*

§ 3: Mittel zur Erreichung des Vereinszwecks

(1) Der Vereinszweck soll durch die in den Abs. 2 und 3 angeführten ideellen und materiellen Mittel erreicht werden.

(2) Als ideelle Mittel dienen

- *a) die Gründung eines Offenen Fernsehkanals für die europäische Region Wien (Vienna Region)*

¹²⁹ <http://okto.tv/kontakt/> Zugriff am 19.01.2009

- *b) der Betrieb eines Offenen Fernsehkanals für die europäische Region Wien (Vienna Region)*
- *c) der Austausch und die Vernetzung mit anderen BürgerInnenfunktinitiativen in Europa*
- *d) die Schaffung von weiteren (multimedialen) öffentlichen Diskussionsplattformen*
- *e) die Organisation von Seminaren und Symposien zum Thema partizipativer Medien*
- *f) die Zusammenarbeit mit der scientific community (Wissenschaft)*

(3) Die erforderlichen materiellen Mittel sollen aufgebracht werden durch

- *a) Erlöse aus Veranstaltungen des Vereins*
- *b) Schenkungen, Vermächnisse und sonstige Zuwendungen*
- *c) Subventionen und Förderungen*
- *d) Erlöse aus Dienstleistungen des Vereins*
- *e) Spenden aller Art*
- *f) Erlöse aus der Veranstaltung eines Offenen Fernsehkanals*
- *g) Mitgliedsbeiträge*
- *h) Publikationen*¹³⁰

Diese Punkte beschreiben die relevanten Unterschiede zu einem öffentlich-rechtlichen bzw. privat - kommerziellen Sender.

OKTO ist: nicht-kommerziell, partizipativ, komplementär und qualitativ.

OKTO ist der erste österreichische nicht-kommerzielle Fernsehkanal, die Arbeit ist nicht auf Gewinn ausgerichtet und das gesamte Programm ist werbefrei. Christian Jungwirth, der Geschäftsführer, sagt:

*„In unserem Geschäftsmodell steht Gewinn nicht im Vordergrund, vielmehr geht es darum, ein komplementäres Programm anzubieten und ergänzend in einer Programmlandschaft aufzutreten, die sich immer stärker – sowohl im privaten als auch im öffentlich-rechtlichen Bereich – kommerzialisiert.“*¹³¹

Die Inhalte der ausgestrahlten Sendungen müssen nicht dem Mainstream genügen. Reichweite und Einschaltquoten haben keinen Einfluss, wenn die Qualität annehmbar ist und ein Mindestmaß an kritischer Öffentlichkeit erreicht wird.¹³²

¹³⁰ <http://okto.tv/verein/> Zugriff am 15. 02. 2009

¹³¹ Jungwirth, 2007, S. 19

¹³² Vgl: Jungwirth, 2007, S. 19

OKTO ist partizipativ und versteht sich als Plattform für Personen und Communities, welche eigenständig produzierte Sendungen an die Öffentlichkeit bringen möchten.

„Okto ermutigt Produktionsgruppen sich als ExpertInnen ihrer jeweiligen Alltagskultur zu begreifen und subjektiv, authentisch und in die Tiefe gehend von dieser zu berichten.“¹³³

Das Programm beinhaltet dadurch Meinungsvielfalt und Diversität und zeigt eine Seite der Wiener Stadtkultur, welche im kommerziellen Mainstream nicht existiert.

„Daher wird dem kulturell-künstlerischen wie auch dem kulturpolitischen Diskurs gerade dort, wo er ungewöhnliche Wege geht, ungewöhnliche Perspektiven aufwirft und insoweit er die Identitätsentwicklung der Stadt darstellt oder tangiert, bewusst breiter Raum gegeben.“¹³⁴

OKTO versteht sich als Komplementärmedium, als Ergänzung zu öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Fernsehkanälen und betont dies mit dem Zusatz nicht-kommerziell zu sein.

„Als Komplementärmedium liegt eine der Kernaufgaben von Okto im Empowerment der verschiedenen zivilgesellschaftlichen Gruppierungen der Stadt.“¹³⁵

Die Möglichkeiten werden durch eine Produktions- und Sendeinfrastruktur sowie einen regelmäßigen Programmplatz geboten.

Für alle Sendungsmacher gibt es die gleiche Möglichkeit, Kamera und Equipment zu leihen, das Fernsehstudio zu verwenden, die Schnittplätze, ein umfangreiches Schulungsangebot und die Hilfe von Professionalisten direkt in Anspruch zu nehmen.

Jede Sendung hat einen fixen Programmplatz, die Struktur in der Programmplanung ist nach Themen und Schwerpunkten geordnet. Jedes Programm wird nach einem Rotationsprinzip wiederholt, Montag bis Sonntag und somit auf beinahe allen Sendeplätzen einmal ausgestrahlt.

¹³³ Richtlinien und Grundsätze von Okto, 2005, S. 4

¹³⁴ Richtlinien und Grundsätze von Okto, 2005, S. 1

Der Zugang ist für alle offen, die eine Nutzungserklärung unterschrieben und sich damit einverstanden erklärt haben, im ausgemachten Rhythmus (von täglich bis alle acht Wochen) eine Sendung mit der vereinbarten Dauer zu produzieren.

Um die Produktionsmittel vor Ort und das Equipment benützen zu dürfen, müssen kostenpflichtige Schulungen bei OKTO absolviert werden. (Die nicht kostendeckenden Unkostenbeiträge reichen von 15 bis 60€).

Des Weiteren müssen folgende Punkte eingehalten werden:

„Alle Programmelemente müssen dem geltenden Recht entsprechen. Darüber hinaus sind rassistische, sexistische, faschistische, nationalistische und die Würde des Menschen verletzende Inhalte von der Programmgestaltung ausgeschlossen.“¹³⁶

In einer inhaltlichen Abnahme werden diese sowie die technische Qualität geprüft und im Notfall korrigiert.

OKTO verpflichtet sich selbst, einen „Mehrwert“ im Programmauftrag zu entsprechen. Das darf nicht mit jenem der öffentlich-rechtlichen Medien verwechselt werden, die gesetzlich dazu verpflichtet sind.

OKTO fühlt sich „einem ‚öffentlichen Prinzip‘ verpflichtet“¹³⁷. Dieser „Mehrwert“ soll im Dienst der Gesellschaft Lücken füllen, Strukturen und Inhalten Raum geben, welche in öffentlich-rechtlichen und privaten Medien keinen Platz finden.

Die Nicht-Kommerzialität erlaubt eine wesentlich breitere Themenwahl, gerade in marginalisierten Bereichen, wie Kultur, Kunst und Migration, bei zivilgesellschaftlichen und demokratiepolitischen Themen. Speziell unterprivilegierten, Personen und Communities, zum Beispiel ethnischen, sozialen, sprachlichen, kulturellen und sexuellen Minderheiten, wird ein besonderer Stellenwert eingeräumt.

Ein niederschwelliger Zugang ermöglicht es, der breiten Bevölkerung Medienkompetenz zu vermitteln. Mit Hilfe von Schulungen und „learning by

¹³⁵ Richtlinien und Grundsätze von Okto, 2005, S.2

¹³⁶ Richtlinien und Grundsätze von Okto, 2005, S. 4

¹³⁷ Richtlinien und Grundsätze von Okto, 2005, S.1

doing“ erhalten die Produzenten einen neuen, kritischen Zugang zu Medien. Der Mehrwert der ausgestrahlten Programm besteht darin, dass nicht bloß über, sondern direkt aus den Communities berichtet wird.

Organisation und personelle Kompetenzen bei OKTO sind, um eine bestmögliche Unabhängigkeit zu garantieren, wie folgt verteilt:

Die operative Tätigkeit und die Trägerschaft des Senders sind in zwei verschiedene Organisationen getrennt: in die gemeinnützige „*Community TV GmbH*“ als Medieninhaberin (Geschäftsführer ist derzeit, also 2209, Mag. Christian Jungwirth, Programmintendantin Mag. Barbara Eppensteiner) und in den „*Verein zur Gründung und zum Betrieb Offener Fernsehkanäle Wien*“. Vorsitzender des Vereins ist seit der Gründung 2005 Univ.-Prof. Thomas A. Bauer, die weiteren Positionen sind mit qualifizierten Persönlichkeiten der österreichischen Medienlandschaft besetzt.

Diese Teilung in Betreiberunternehmen und Trägerverein schränkt das Haftungsrisiko für alle deutlich ein.

Das Betriebspersonal ist bei der Community TV GmbH angestellt. Deren Mitarbeiter sind für den Ablauf des Sendebetriebs, für die Betreuung der Produzenten, PR, Technik und die gesamte Abwicklung vor Ort zuständig, während der Eigentümer der Technik, aller Produktionsmittel, des Studios und der Infrastruktur der Verein ist.

Die Community TV GmbH hat für die Infrastruktur das Nutzungsrecht und einen Vertrag für den Sendeplatz im Kabelnetz mit UPC Telekabel Wien.

Die Finanzierung von OKTO ist durch eine jährliche Förderung der Stadt Wien über € 980.000,-- gedeckt, beginnend im Jahre 2004, um den Sender aufzubauen und die Infrastruktur zu errichten, Für drei weitere Jahre Sendebetrieb, 2005-2009, sind die Förderungen zugesagt und gesichert.

Da OKTO nicht gewinnorientiert arbeitet, müssen alle gezeigten Sendungen werbefrei sein.

„D.h. Werbung für Produkte, Produktnamen, Dienstleistungen, Parteien oder wahlwerbende sowie mitgliederwerbende Gruppen ist unzulässig.“¹³⁸

Die Namensnennung von Firmen und Produkten ist, wenn möglich, zu vermeiden, in Absprache mit OKTO ist Patronanzwerbung erlaubt. Diese ist klar definiert:

„Um programmproduzierenden Gruppen die Akquisition kleiner Produktionsbudgets zu ermöglichen lässt Okto eine klar definierte Form von Patronanzwerbung zu. Diese erlaubt die Nennung von Sponsoren einer Sendung mit einem Logo vor oder nach der Sendung. Dieses Logo muss ein Standbild sein und mit deutlich erkennbaren Elementen (z. B. durch Schwarzbilder) vom Rest der Sendung abgetrennt werden.“¹³⁹

Eine vorhergehende Absprache mit der Geschäftsführung ist notwendig und ein Teil der Einnahmen ist an OKTO zu entrichten.

Der Vereinssitz von OKTO und das Studio sind in Wien, die Themen größtenteils auf das urbane, kulturelle Wiener Leben bezogen. Seit 2009 kann OKTO auch in Graz, Klagenfurt und Wiener Neustadt über UPC Digital - TV auf Kanal 108 empfangen werden.

Aktuell sind 90 Sendungen „on air“, seit 2005 wurden 19 Sendungen wieder eingestellt.

*„Sendungsübersicht nach Themen:
Jugend (15%)
Kunst & Kultur (38%)
Soziales & Politik (26%)
Wissenschaft (8%)
Special Interest (13%)“¹⁴⁰*

Auf der Homepage www.okto.tv finden sich ein genauer Überblick und mehr Informationen zu allen einzelnen Sendungen.

Die vollständige Zusammenstellung aller Grundsätze und Richtlinien von OKTO findet sich im Anhang der Arbeit.

¹³⁸ Richtlinien und Grundsätze von Okto, 2005, S. 4

¹³⁹ Richtlinien und Grundsätze von Okto, 2005, S. 5

¹⁴⁰ Die Informationen wurden mir von Renate Billeth, OKTO PR und Marketing am 16. 02. 2009 per Mail zugesendet.

3 Bertolt Brecht - Wegbereiter für einen partizipativen Mediengebrauch

Bertolt Brechts „Radiotheorie“ aus den Jahren 1927-33 ist die erste medientheoretische Auseinandersetzung mit einem aktiven Mediengebrauch und ein Appell für eine partizipative, demokratische Nutzung.

Auch in Hans Magnus Enzensbergers „Baukasten zu einer Theorie der Medien“, der sich auf Brecht bezieht, Walter Benjamins Studien sowie im Bereich der Cultural Studies mit ihrem bekanntesten Vertreter Stuart Hall wird die Forderung, das demokratische Potential der Medien zu fördern, erhoben. Die vorliegende Arbeit beschränkt sich auf die Auseinandersetzung mit dem Pionier Brecht.

3.1 Bertolt Brecht Hintergründe

Brecht hat seine Radiotheorie in mehreren kleinen Schriften dargelegt und in einem experimentellen Praxismodell, dem „Ozeanflug“ erprobt. Die einzelnen Texte wurden 1960 vom Suhrkamp Verlag unter dem Titel „Radiotheorie“ in der Gesamterkaufsausgabe Bertolt Brecht erstmals veröffentlicht.

„Wichtig ist dabei, daß es sich bei seiner Radiotheorie gar nicht um eine >Theorie< im wissenschaftlichen Sinne handelt. Brecht hat bewußt nur >Vorschläge< gemacht, Vorschläge, die gezielt utopisch, undurchführbar sein sollten, um in die Rundfunksituation Bewegung zu bringen....“¹⁴¹

Brechts Texte zeigen, dass er die theoretischen Überlegungen nicht als starres Gedankengebäude sieht, indem er sie immer wieder verändert und einmal formulierte Vorschläge kontinuierlich weiterentwickelt. Wirtschaftliche, politische und vor allem technische Erneuerungen haben dabei großen Einfluss.

Wenn Brecht über „*Vorschläge für den Intendanten des Rundfunks*“ und den „*Rundfunk als Kommunikationsapparat*“ schreibt, meint er mit „Rundfunk“ aber nicht – wie wir das heute verstehen würden – Hörfunk und Fernsehen, sondern ausschließlich Hörfunk.

Brechts Rundfunkarbeiten sind auch im rechtlichen Kontext der Zeit zu betrachten.

Politische Meldungen und Nachrichten wurden in der Weimarer Republik zentral produziert und gesteuert. Die DRADAG, „Drahtloser Dienst“ Aktiengesellschaft, gegründet vom Reichsinnenministerium, hatte als Nachrichtenstelle der Reichsregierung das Monopol zur Erstellung der Meldungen.¹⁴²

„Die Dradag war sogar befugt, die Verbreitung bestimmter Nachrichten anzuordnen. Man sprach von "Auflagenachrichten", die ungekürzt gesendet werden mussten.“¹⁴³

Ein Überwachungsausschuss hatte die Zensur über.

Diese Reglementierung ließ für andere Produzenten nur Unterhaltung zu. Das Programm hatte unpolitisch und „überparteilich“ zu sein, gesellschaftsrelevante Fragen und politische Probleme waren tabu.

In diesem Zusammenhang sind Brechts Vorschläge, Übertragungen von Reichtagssitzungen und solche aus dem Gerichtssaal zu senden, als innovativ und systemkritisch zu sehen.

Speziell in seiner Radiotheorie wird die Kritik an der Zensur sichtbar. Er zielte auf eine Veränderung der Gesellschaft ab und kritisierte das leichte, unpolitische Unterhaltungsprogramm.

¹⁴¹ Groth/Voigts, 1976, S. 32

¹⁴² Vgl.: http://www.mediacultureonline.de/fileadmin/bibliothek/diller_rundfunk45/gez_rundfunkgeschichte_bis45.html

¹⁴³ <http://www.rundfunk-nostalgie.de/radioino.html> Zugriff am 15.02.2009

3.2 EXKURS Arbeiter Radio Bund

Brechts Vorschläge zur Demokratisierung des Hörfunks haben „*einen konkreten gesellschaftlichen Hintergrund, nämlich die Arbeiter-Radio-Klubs (ARK)*...“¹⁴⁴.

1923 schließen sich in mehreren deutschen Städten Arbeiter mit Interesse am Radio zusammen. Die Amateure entwickeln sich von Gruppierungen zum Austausch technischer Radioteile zu Interessensgemeinschaften mit dem Ziel, den Rundfunk zu demokratisieren.

*„Die Forderung nach einem «Arbeitersender» wurde der wesentliche Punkt der Auseinandersetzungen zwischen dem Arbeiter-Radio-Klub und dem offiziellen Rundfunk(...)“*¹⁴⁵

Die Mitglieder des ARK fühlen sich im offiziellen Programm nicht vertreten und versuchen Einfluss auf das Medium zu bekommen. Mit ihren Vorschlägen finden sie große Akzeptanz in der breiten Bevölkerung.

Sie sehen

*„...den Rundfunk nicht nur als Unterhaltungsmöglichkeit (...), sondern als ein technisches Hilfsmittel, das geeignet ist, den kulturellen Willen der aufsteigenden Klasse zu manifestieren...“*¹⁴⁶

Ihr Ziel ist ein eigener Sender, um selbstständig den Inhalt produzieren und senden zu können.

*„Anfang 1928 benannte der Arbeiter-Radio-Klub sich um in «Arbeiter-Radio-Bund Deutschland e.V.» (ARBD).“*¹⁴⁷

*„Der Arbeiter-Radio-Bund Deutschland e. V. veröffentlicht anlässlich der bevorstehenden Reichtagswahlen (Anm. d. Verfasserin: Mai 1928) ein Programm mit zwölf medienpolitischen Forderungen“*¹⁴⁸,

in welchem sie unter anderem einen Versuchssender für Amateurgruppen verlangen.

Ihre Forderung nach einem eigenen Sender können sie nicht umsetzen.

1933, nach der faschistischen Machtergreifung, werden sie verboten.¹⁴⁹

¹⁴⁴ Reich, Christa, 1985, S. 146

¹⁴⁵ Dahl, 1983, S. 57

¹⁴⁶ Dahl, 1983, S. 56

¹⁴⁷ Dahl, 1983, S. 66

Hier wird ein entscheidender Unterschied zwischen den oben vorgestellten Projekten aus den 1970er Jahren und den Forderungen des Arbeiter Radio Bundes sichtbar.

Der ARBD versucht nicht in bestehende Strukturen einzudringen, sondern verlangt nach einem eigenen Versuchssender, um selbstverwaltend arbeiten zu können.

Beispiele wie das Projekt „Planquadrat“ aus dem Jahre 1974 lassen sich mit dem Versuch, den Fuß in eine geschlossene Türe zu bekommen, vergleichen.

Im Unterschied zu OKTO und dem ARBD versuchte das Projekt in bestehenden Strukturen Platz zu bekommen.

Heute wäre es undenkbar, das nicht-kommerzielle Programm von OKTO in einem öffentlich-rechtlichen oder privat-wirtschaftlichen Fernsehsender auszustrahlen. Nicht professionelle Arbeiten, ehrenamtlich produziert, passen aus vielen Gründen nicht in die Programmstruktur.

¹⁴⁸ Fürhapter, 2003, S. 17

¹⁴⁹ Vgl. Reich, 1985, S. 146

3.3 Radiotheorie

Wie anfangs erwähnt soll hier erläutert werden, wie Brecht die Forderung „vom Distributionsapparat zum Kommunikationsapparat“ verstanden hat, um dann die Folgen in der Praxis genauer zu betrachten. Es stellt sich dabei die Frage: „Welche Darbietungen kommen aus der offenen Sphäre“?

Was fordert Brecht um eine demokratische Nutzung des Rundfunks zu erreichen? 1927 schlägt er im Text „Vorschläge für den Intendanten des Rundfunks“ Folgendes vor:

„Meiner Ansicht nach sollten Sie aus dem Radio eine wirklich demokratische Sache zu machen versuchen.“¹⁵⁰

Er fordert ein Herantreten an wichtige Ereignisse, Übertragungen von Reichstagssitzungen und Gerichtsprozessen sowie Interviews mit Fachleuten aus Politik, Wirtschaft und Kultur.

Brecht hofft auf den öffentlichen Druck der Bevölkerung, um Gesetze dahingehend zu ändern. Erst an zweiter Stelle denkt er an Produktionen, die eigens für das Radio hergestellt werden. Er ist sich bewusst, dass dies nicht von einem Tag auf den anderen umgesetzt werden kann: „Es ist ohne Experimente einfach nicht möglich.“¹⁵¹

Die Frage, „wie man die Kunst für das Radio, und die Frage, wie man das Radio für die Kunst verwerten kann“¹⁵², beantwortet er in den Erläuterungen zum „Ozeanflug“, welcher als Lehrmittel zu verstehen und verwerten ist.

1932 veröffentlicht er „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat“. Darin legt er seine bisherigen Erwartungen dar. Er zeigt aber auch auf, dass eine Entwicklung des Rundfunks in ein demokratisches Medium nicht eingetreten ist.

Brecht stellt nüchtern fest, dass die einzige Funktion des Radios bis jetzt ist, das öffentliche Leben lediglich zu verschönen. Er sagt auch, dass mit dem

¹⁵⁰ Brecht, 1927, S. 215

¹⁵¹ Brecht, 1927, S. 216

¹⁵² Brecht, 1927b, S. 219

Radio die Möglichkeit gegeben wurde, allen alles zu sagen, obwohl niemand etwas mitzuteilen hat. Brecht formuliert das Missverhältnis zwischen Chance und Realität auch folgendermaßen:

„Ein Mann, der was zu sagen hat und keine Zuhörer findet, ist schlimm daran. Noch schlimmer sind Zuhörer daran, die keinen finden, der ihnen etwas zu sagen hat.“¹⁵³

Der Rundfunk fungiert für ihn als *„Stellvertreter des Theaters, der Oper, des Konzerts, der Vorträge, der Kaffeemusik, des lokalen Teils der Presse und so weiter.“¹⁵⁴*

Das Problem liegt in der Einseitigkeit des Mediums, da der Rundfunk lediglich zuteilt, aber niemand sprechen lässt.

„Und um nun positiv zu werden, das heißt, um das Positive am Rundfunk aufzustöbern, ein Vorschlag zur Umfunktionierung des Rundfunks: Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern in Beziehung zu setzen.“¹⁵⁵

Brecht erkennt das Potenzial des Rundfunks, eine Interaktion zwischen Regierenden und der Bevölkerung und damit einen Einfluss der breiten Masse auf politische Entscheidungen zu ermöglichen. Er fordert ein Loslösen von der harmlosen Unterhaltung, eine Entwicklung hin zu neuen Inhalten, zu Kommunikation und Austausch.

Brecht rechnet mit einem „natürlichen Erfolg“, wenn eine Beteiligung der Rezipienten an Entscheidungen möglich wird.

Im (damals) bestehenden gesellschaftlichen System betrachtete Brecht seine Vorschläge selbst als utopisch. Er glaubte an eine funktionierende Gesellschaftsordnung durch den Sozialismus.

¹⁵³ Brecht, 1927a, S. 218

¹⁵⁴ Brecht, 1932, S. 552

¹⁵⁵ Brecht, 1932, S. 553

Seine Kritik am Rundfunk ging Hand in Hand mit einer grundsätzlichen Ablehnung der bürgerlichen Gesellschaft. In kultureller Tätigkeit sah er bloß einen Weg, diese Verhältnisse zu lockern um der Bevölkerung als Ansporn zu dienen, die politischen-gesellschaftlichen Strukturen zu verändern.

„Undurchführbar in dieser Gesellschaftsordnung, durchführbar in einer anderen, dienen die Vorschläge, welche doch nur eine natürliche Konsequenz der technischen Entwicklung bilden, der Propagierung und Formung dieser anderen Ordnung.“¹⁵⁶

3.3.1 Der Ozeanflug – ein Radiolehrstück

Brecht setzt seine theoretischen Überlegungen im Hörspiel „Der Ozeanflug“ praktisch um.

In diesem Radiolehrstück sind „...die RadiohörerInnen beteiligt, indem sie sich zu Sprechchören...“¹⁵⁷ finden. Der Ozeanflug ist aus Brechts Überlegungen und Hoffnungen entstanden, dass der Rundfunk zu einem demokratischen Medium wird. Seine Intention ist, mit Hilfe dieser Form des Hörspiels die Zuhörer als Produzenten einzubinden. „... den Apparat von der bloßen Konsumption zur (Mit-)Produktion des Publikums umzugestalten.“¹⁵⁸

Brecht erhält von Ernst Hardt, dem Intendanten des Kölner Rundfunks, den Auftrag ein Hörspiel für den Rundfunk zu schreiben. Er wählt als Thema die erste Überquerung des Atlantiks durch den Amerikaner Charles Lindbergh am 21. und 22. Mai 1927.

Die Uraufführung unter dem Titel „Lindberghflug - Radiolehrstück – für Knaben und Mädchen“ findet am 27. Juni 1929 im Rahmen des Festivals „Deutsche Kammermusik“ in Baden-Baden statt.

¹⁵⁶ Brecht, 1932, S. 557

¹⁵⁷ Häusermann, 1998, S. 52

¹⁵⁸ Knopf, 2000, S. 122

Der Titel wird später auf „*Der Flug der Lindberghs*“ und dann in „*Ozeanflug*“ geändert.¹⁵⁹

Brecht entfernt den Namen Lindbergh nachträglich aus dem Titel, als die Verbindung Lindberghs mit den Nazis bekannt wird.

Die ersten zwei Titel zeigen anhand des Plurals im Untertitel – Radiolehrstück für Knaben und Mädchen, dass Brecht die kollektive Arbeit aller Beteiligten wichtig war, nicht die Heroisierung einer Einzelleistung.

„... *Auf Lindbergh kommt es nicht an; einzig die gemeinsame Arbeit verbürgt den Erfolg.*“¹⁶⁰ Der Name Lindbergh steht stellvertretend für ein Kollektiv, der Autor verweist im Text mehrmals auf die Arbeiter und Flugzeugtechniker, die diesen Flug ermöglicht haben.¹⁶¹ Brechts Vorhaben ist es, mit seinem Radioratorium Mechanismen eines Kollektivs aufzuzeigen, der Inhalt ist nebensächlich. Er will den Menschen ihre Macht im Kollektiv bewusst machen, damit sie diese gezielt einsetzen und gemeinsam eine gesellschaftliche Veränderung in die Wege leiten.

„*Zwei Medien moderner Industriekultur, der Rundfunk und das Flugzeug, wurden miteinander verbunden.*“¹⁶² Für Zeitgenossen ist es eine Pionierleistung der Technik, für Brecht eine bedeutende¹⁶³ „[...]kollektive Arbeit der Menschheit.“¹⁶⁴

In den Erläuterungen zum „*Ozeanflug*“ gibt Brecht eine genaue Anleitung, wie das Radiolehrstück zu umzusetzen ist:

„Auf der linken Seite des Podiums war das Rundfunkorchester mit seinen Apparaten und Sängern, auf der rechten Seite der Hörer aufgestellt, der, die Partitur vor sich, den Fliegerpart als den pädagogischen durchführt. Zu der instrumentalen Begleitung, die der Rundfunk lieferte, sang er seine Noten. Die zu sprechenden Teile las er, ohne sein eigenes Gefühl mit dem Gefühlsinhalt des Textes zu identifizieren, am Schluss jeder Verszeile absetzend, also in der Art

¹⁵⁹ Vgl. Dahl, 1983, S. 119

¹⁶⁰ Knopf, 2006, S. 128

¹⁶¹ Vgl. Röllka, 1975, S. 292

¹⁶² Koch, 2005, S. 42

¹⁶³ Vgl. Müller, 1985, S. 167

¹⁶⁴ Müller, 1985, S. 167

*einer 'Übung'. Auf der Rückwand des Podiums stand die Theorie, die so demonstriert wurde.*¹⁶⁵

Ein Teil besteht aus Gesängen, Chören, Wasser- und Motorengeräuschen und leitet damit die Übung. Dies kann durch einen Radioapparat passieren. Der zweite Teil dient als pädagogischer Part, indem er von den Hörern zu sprechen ist. Der Fliegerpart dient allen.

*„Der Übende ist Hörer des einen Textteiles und Sprecher des anderen Teiles. Auf diese Art entsteht eine Zusammenarbeit zwischen Apparat und Übenden, wobei es mehr auf die Genauigkeit als auf Ausdruck ankommt.“*¹⁶⁶

3.4 Ergebnisse Brecht

Brecht hat im Zusammenhang mit dem Rundfunk zwei essentielle Ziele. Er plädiert für eine Demokratisierung des Rundfunks und fordert aktuelle und politische Ereignisse zu senden.

Dies ist einerseits als Kritik an der zensurierten Rundfunkunterhaltung zu verstehen und andererseits als Aufforderung an die Gesellschaft, gegen diese Politik aktiv zu werden.

Im Rundfunk sah er ein geeignetes Mittel, die Masse zu mobilisieren, und zwar mit Hilfe des Lehrstücks, als pädagogisches Instrument.

Klaus-Detlef Müller unterscheidet bei Brechts Kritik zwischen zwei Ebenen: dem öffentlichen Leben und der Kultur.¹⁶⁷

*„Im politisch-gesellschaftlichen Bereich hält Brecht die Aufhebung der Einwegkommunikation für entscheidend, (...) im Interesse einer wirklich demokratischen Staatsform, steht aber im Widerspruch zur herrschenden Praxis.“*¹⁶⁸

¹⁶⁵ Brecht, 1930, S. 126

¹⁶⁶ Brecht, 1930, S. 125

¹⁶⁷ Vgl. Müller, 1985, S. 170

¹⁶⁸ Müller, 1985, S. 170/171

Im kulturellen Bereich sieht Müller *„die Wechselseitigkeit von Rezipient und Produktion in einem anderen Sinn: sie bezieht sich auf den Funktionszusammenhang.“*¹⁶⁹

Brecht kritisiert in seinen Texten die Folgenlosigkeit der Kultur, der Literatur, der Bildung. Ein *„Kulturbegriff, nach dem die Bildung der Kultur bereits abgeschlossen ist und Kultur keiner fortgesetzten schöpferischen Bemühung bedarf“*,¹⁷⁰ ist für ihn nicht akzeptabel.

Brecht fordert, *„daß das Publikum nicht nur belehrt werden, sondern auch belehren muß.“*¹⁷¹ Die Verbindung von Kultur, Literatur und Bildung ist für ihn relevant. *„Das bedeutet nicht, daß der Rundfunkhörer selbst zum Kunstproduzenten im Sinne einer Zuweisung ästhetischer Kompetenz werden soll.“*¹⁷²

Eine neue Art der Rezeption kann durch die Beteiligung der Hörer eine Veränderung ihres sozialen Verhaltens ermöglichen. Ein Eingriff in die Wirklichkeit kann damit ermöglicht werden und ein kollektives Bewusstsein bilden.¹⁷³ Brechts Anliegen ist es, der Unbedeutsamkeit des Radios entgegenzutreten. Er möchte *„...den prinzipiellen Vorschlag formulieren, aus dem Rundfunk einen Kommunikationsapparat öffentlichen Lebens zu machen...“*¹⁷⁴. All seine Ideen sind als Modell, als Versuch und keinesfalls als abgeschlossen zu betrachten.

*„Sinn solcher Vorschläge ist es, durch ihre Nichtrealisierung das tatsächliche Funktionieren der bestehenden Institutionen erkennbar zu machen.“*¹⁷⁵

Brecht plädiert für eine gerechte Umverteilung von Kommunikationschancen in einem sozialistischen Sinne. Er sieht im Rundfunk ein passendes Mittel für die unterdrückte Arbeiterklasse als nicht gehörte Gesellschaft, an die Öffentlichkeit zu kommen.

¹⁶⁹ Müller, 1985, S. 171

¹⁷⁰ Brecht, 1932, S. 554

¹⁷¹ Brecht, 1932, S. 555

¹⁷² Müller, 1985, S. 171

¹⁷³ Vgl. Müller, 1985, S. 171

¹⁷⁴ Brecht, 1932, S. 557

¹⁷⁵ Müller, 1985, S. 171

Mit der Hilfe des „Kommunikationsapparats“ hofft er auf eine politische Veränderung. Aber dazu darf das Programm nicht weiter bloße Unterhaltung bieten und damit von politischen Geschehen ablenken. Das pädagogische Lehrstück scheint Brecht als geeignet die Masse zu mobilisieren. Er sucht damit einen Weg vom Kapitalismus zu einem sozialen Kollektiv.

Der pädagogische Wert ist für ihn Sinn und Zweck der Arbeit.

*„Der »Ozeanflug« hat keinen Wert, wenn man sich nicht daran schult. Er besitzt keinen Kunstwert, der eine Aufführung rechtfertigt, die diese Schulung nicht bezweckt. Er ist ein **Lehrgegenstand**...“.*¹⁷⁶

Brecht sieht den entscheidenden Impuls in einer Rundfunkkunst, die eine Veränderung der gesellschaftlichen Verhältnisse erzeugt. Sein Ziel der Kommunikation mit dem Publikum erreicht er aber nicht.¹⁷⁷

Heinrich Vormweg schreibt über den Ozeanflug:

*„Wenn aber mit soviel sekundären Anleitungen und Anregungen überhaupt eine Aktivierung des Hörers und gar seine «Wiedereinsetzung als Produzent» stattfindet, wie Brecht im weiteren Teil seiner Erläuterungen erwartet, so doch wohl bestenfalls entsprechend jenen Musikkennern, die ihre Konzerte mit Partituren unterm Arm besuchen. Zum Produzenten wird der Hörer dabei auf eine bestenfalls sehr fragmentarische, sekundäre und äußerliche Weise.“*¹⁷⁸

In der Forderung Brechts, der Rundfunk müsse Experimente durchführen, lässt sich erkennen, welches Ziel er vor Augen hatte, und zwar einen revolutionierenden, praktischen Kunstgebrauch, eine Neugestaltung des Mediums, jedoch mit festgelegten Rollen.¹⁷⁹

Die Aktivität des Hörers ist bei Brecht genau festgelegt *„Diese Übung dient der Disziplinierung, welche die Grundlage der Freiheit ist.“*¹⁸⁰

Allerdings geht er dabei von einem völlig anderen Freiheitsbegriff aus. Er meint nicht die individuelle Freiheit des Einzelnen, sondern die Freiheit des

¹⁷⁶ Brecht, 1930, S. 124

¹⁷⁷ Vgl. Koch, 2005, S. 45

¹⁷⁸ Vormweg, 1983, S. 186

¹⁷⁹ Vgl. Müller, 1985, S. 167

¹⁸⁰ Brecht, 1930, S. 126

Kollektivs in einem kollektivistischen Staat. Als Basis dieser Freiheit sieht er die Disziplinierung, die er auch mit seinem pädagogischen Modell *"Der Ozeanflug"* anstrebt. Die Aktivität, die der Hörer einbringen soll, ist genau definiert, muss sehr diszipliniert eingehalten werden und lässt diesem keinen individuellen Spielraum. Nicht die Reproduktion eines Kunstwerkes ist der Sinn der Aufführung, sondern die geordnete Übung an einem konkreten Beispiel.

Bertolt Brecht möchte den Rundfunk nicht als Autor beliefern, sondern Nachhaltigkeit für die „Konsumenten“ erzeugen. Seine Unzufriedenheit mit der vorhandenen Situation entsteht auf der einen Seite durch politische Einflüsse. *„Jede Rundfunk- und Hörspielarbeit wurde durch... institutionellen Druck (staatliches Sendemonopol und inhaltliche Zensur) entscheidend beeinflusst“*¹⁸¹ sowie durch ein geringes Interesse der bürgerlichen Gesellschaft gegenüber den neuen Möglichkeiten und deren Veränderungen. *„Die konservative Kulturkritik lehnte das neue Medium als technisches Instrument der (Massen-) Zivilisation weitgehend ab“*¹⁸²

Bei der Suche nach einer Rundfunkkunst ist für Brecht der Funktionszusammenhang zwischen Kunst und einer von der Individualität gelösten Gesellschaft wichtig. Die Frage, *„... wie man Kunst und Radio überhaupt verwerten kann“*¹⁸³, führt ihn dazu, als Bedingung Folgendes zu formulieren: *„Kunst und Radio sind pädagogischen Absichten zur Verfügung zu stellen“*¹⁸⁴. Die Voraussetzung dafür ist ein Staat, der Interesse daran hat, seine Jugend zum Kollektivismus zu erziehen. Dies sieht Brecht als einzige vernünftige Gesellschaftsordnung. Kunst, als pädagogisches Mittel aufgefasst, hat die Aufgabe, die Gesellschaft zu erneuern. Damit beginnt

¹⁸¹ Groth/Voigts, 1976, S. 11

¹⁸² Groth/Voigts, 1976, S. 11

¹⁸³ Brecht, 1927b, S. 219

¹⁸⁴ Brecht, 1927b, S. 219

eine revolutionäre Veränderung, die in einer kapitalistischen Gesellschaft nicht möglich ist und deshalb vorläufig eine Utopie bleibt.¹⁸⁵

„Dem gegenwärtigen Rundfunk soll der [Flug der Lindberghs] nicht zum Gebrauch dienen, sondern er soll ihn verändern. Die zunehmende Konzentration der mechanischen Mittel sowie die zunehmende Spezialisierung in der Ausbildung – Vorgänge, die zu beschleunigen sind – erfordern eine Art Aufstand des Hörers, seine Aktivierung und seine Wiedereinsetzung als Produzent.“¹⁸⁶

Es wird also ein Kunstwerk als Lehrgegenstand verwendet; die Frage, wie diese Verwertung konkret aussehen soll, wird immer wieder aufgeworfen.

Was meint Brecht mit der Forderung:

„Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln.“¹⁸⁷ ?

Hier zeigt sich der wichtigste, medientheoretische Aspekt in Brechts Radiotheorie. Der Autor sieht im Ablegen der Individualität eine gewichtige Bedingung für den gesellschaftlichen Fortschritt.¹⁸⁸

„Die ‚Aktivisierung des Hörers‘, seine ‚Wiedereinsetzung als Produzent‘ meint deshalb nicht, wie man das vielfach unterstellt hat, totale Kommunikation von einzelnen, die jederzeit aus der Empfänger- in die Senderrolle überwechseln können, sondern bleibt hier bezogen auf die Realisation einer ästhetischen Vorgabe, der Partitur.“¹⁸⁹

Der Hörer bekommt einen festgelegten Part, dies ist mehr ein künstlerischer als ein kommunikativer Vorgang. Für die Realisierung tritt der einstige Hörer nun als Produzent auf, er wird in seinem vorgeschriebenen Ausmaß aktiv. Keinesfalls meint Brecht hier einen direkten Austausch individueller Interessen und Meinungen.¹⁹⁰

¹⁸⁵ Vgl. Müller, 1985, S. 166

¹⁸⁶ Brecht, 1930, S. 125f.

¹⁸⁷ Brecht, 1932, S. 553

¹⁸⁸ Vgl. Müller, 1985, S. 170

¹⁸⁹ Müller, 1985, S. 170

¹⁹⁰ Vgl. Müller, 1985, S. 170

Die eingangs gestellte Frage an Brecht, wie seine populärste Aussage „*Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln.*“¹⁹¹ zu verstehen ist, wird nun etwas klarer.

Es zeigt sich, dass er keine Kommunikation im Sinne eines partizipativen Fernsehsenders wie OKTO zum Ziel hat. Für ihn ist die Zusammenarbeit von Rundfunkproduktion und Rezipient in einem vorgegebenen Bereich relevant, als künstlerische Arbeit mit pädagogischen Zielen.

Eine Forderung aus Brechts Modell ist bei OKTO aber verwirklicht: eine Veränderung der Institution „Rundfunk“ in Form eines Exempels, dass ein demokratischer Zugang zu Medien möglich ist. In Folge daraus eine Veränderung der beteiligten Gesellschaft, der öffentlich-politischen Seite, sowie ein Mehrwert an Kultur und Bildung.

Die Ziele von OKTO sind eine Erweiterung des gesellschaftlichen Bewusstseins, nicht aber eine totale Änderung der bestehenden Fernsehanstalten. Erreicht werden soll die Sensibilisierung der Gesellschaft für ein breiteres Angebot, die Bereitschaft zur Förderung nicht professioneller Fernsehbeiträge mit neuen Themen und Inhalten und die ausdrückliche Absicht, Minderheiten und Communities eine Plattform zu bieten. .

Eine Kommunikation, in der jeder Empfänger zu einem Sender wird, ist niemals möglich. OKTO gibt einen möglichen Kompromiss vor.

In diesem Punkt entspricht OKTO der Forderung Brechts, die Institutionen nicht länger (ausschließlich) in den Händen der etablierten Klasse zu belassen.

¹⁹¹ Brecht, 1932, S. 553

Eine weitere Anmerkung in Brechts Radiotheorie gilt auch für die Sendungen, die von OKTO ausgestrahlt werden. Im Zusammenhang mit den Sendungsmachern und dem tatsächlich ausgestrahlte Programm „*Welche Darbietungen kommen aus der offenen Sphäre*“ ist Brechts Aussage „*Es ist ohne Experimente einfach nicht möglich*“ legitim, wie im folgenden Kapitel sichtbar wird.

4 Bestandsaufnahme der Okto Programmacher

Ich habe für diese Arbeit die Sendungen und ihre Produzenten nach folgenden Kriterien gewählt, wer seit Sendestart im November 2005 eine regelmäßige Sendung produziert, mit kulturellen Themen und auf Wien bezogenen Inhalten, die im öffentlichen und privaten Fernsehen wenig bis überhaupt nicht vorkommen.

Folgende drei Sendungen habe ich anschließend gewählt:

„Aufdraht“, eine Musiksendung, von zwei Frauen produziert.
„AKKU“, ein TV-Magazin für Architektur und Stadt, mit einem elfköpfigen Redaktionsteam.

„KIT“, eine Magazinsendung über junge Kunst, von fünf Studentinnen und Absolventinnen der Akademie der Bildenden Künste in Wien.

Auch wenn alle drei Teams das Ziel haben, eine Sendung auf OKTO auszustrahlen, die Zugänge und Möglichkeiten sind jedoch sehr unterschiedlich. Wie sich aber herausgestellt hat, sind die Probleme, die entstehen, wieder ähnlich.

Der Titel dieser Arbeit „Welche Darbietungen kommen aus der offenen Sphäre“ wird hier vorgestellt. Ich stelle je zwei Sendungen vor, eine aus dem Jahre 2005 und eine aus dem Jahr 2008. Der Inhalt, die Struktur und eine Produktionsanalyse ermöglichen eine Betrachtung der Arbeitsweisen, ihre Ziele, Umstände, Wünsche und Probleme. Ich mache keine detaillierte Inhaltsanalyse und gehe nicht weiter auf technische Mängel ein. Im Kontext einer ehrenamtlichen, nicht professionellen Arbeit ist die technische Umsetzung in erster Linie nicht ausschlaggebend.

Die Sendungsmacher sind den regelmäßigen Sehern und OKTO - Freunden bekannt, jedoch außerhalb der freien Fernsehszene in Wien und Österreich unbekannt.

Der Punkt der Partizipation, der für mich im Vordergrund steht, wird im folgenden Kapitel näher untersucht. Wie geht es den Sendungsmachern? Wie sieht ihre Arbeit aus?

OKTO nennt sich selbst partizipativer Fernsehsender. Anhand der Interviews betrachte ich, wie die Partizipation der teilnehmenden Sendungsmacher funktioniert, welche Probleme auftreten, welche Voraussetzungen es gibt und wie die gemeinsame Arbeit innerhalb einer Gruppe geteilt wird.

Einen Vergleich der drei Sendungsmacher halte ich in diesem Zusammenhang nicht für sinnvoll, da die Voraussetzungen, Erfahrungen und Hintergründe zu unterschiedlich sind. Die Unkonventionalität der Gestaltung, die Anzahl der beteiligten Personen sowie berufliche Vorkenntnisse zeigen deutlich große Unterschiede.

Die Betrachtung erfolgt separat für die einzelnen Produzenten.

Im Anschluss zeige ich die Ergebnisse, Unterschiede und Gemeinsamkeiten auf, jedoch ohne Wertung.

4.1 Methodisches

Zu den Experteninterviews ist anzumerken, dass die interviewten Sendungsmacher ihre subjektiven Erfahrungen und Meinungen wiedergegeben haben. Experteninterviews dürfen nicht als „... *genuine Repräsentanten des qualitativen Paradigmas* gelten.“¹⁹²

Alexander Bogner und Wolfgang Menz definieren im Aufsatz „*Das theoriegenerierende Experteninterview*“, es handle sich dabei um eine „*wissenssoziologische Perspektive, die die soziale Realität als durch Interpretationshandlungen hergestellte Konstruktion von Wirklichkeit begreift*“¹⁹³ Dies kann nicht verglichen werden mit einem „*sozialen Tatbestand noch das Wissen darüber als Resultat einer objektiven Erfassung*“¹⁹⁴ gesehen werden.

Für diese Arbeit ist das systematisierende Experteninterview passend und hilfreich. Ein Gesprächsleitfaden¹⁹⁵ diene mir als Unterstützung.

Der Experte wird definiert, dass er „*„Konstrukt“ eines Forschungsinteresses ist, insofern man innerhalb einer Untersuchung davon ausgeht, der gewählte Experte habe relevantes Wissen über einen bestimmten Sachverhalt*“.¹⁹⁶

Im Mittelpunkt der Analyse stehen die Sendungsmacher, ihr Weg und ihre Arbeitsziele sind das Hauptinteresse, das macht sie zu den wichtigsten Informanten.

„Experte-Sein“ funktioniert in dieser Perspektive über die Zuschreibung der Rolle seitens der Akteure, die an Aufklärung und Informationen, an „objektivem“ Faktenwissen interessiert sind.“¹⁹⁷

Weiters wird versucht, einen Einblick hinter die Kulissen zu bekommen, bevor ich die Darbietungen analysiere.

¹⁹² Bogner/Menz, 2005, S. 35

¹⁹³ Bogner/Menz, 2005, S. 35

¹⁹⁴ Bogner/Menz, 2005, S. 35

¹⁹⁵ siehe Anhang

¹⁹⁶ Bogner/Menz, 2005, S. 40

¹⁹⁷ Bogner/Menz, 2005, S. 40

Ob sich die befragten Personen selbst als Experten sehen, ist nicht relevant, da sie von mir als Experten definiert werden und im Rahmen der Forschungsfragen als Experten gelten. Durch ihre mehr als dreijährige Erfahrung als Programmmacher auf Okto können sie mir Einblick in genau diesen Bereich geben.

Anhand des Buches „Grundkurs Fernsehanalyse“ von Werner Faulstich führe ich die Produktionsanalyse durch.

Er unterscheidet zuerst Sendungen in „Unterhaltungssendungen“, „Informationssendungen“ und „Fiktionale Sendungen“. Diese können dann in Form einer Inhaltsanalyse, einer Produktionsanalyse, einer Distributionsanalyse oder einer Rezeptionsanalyse tiefer betrachtet werden. In dieser Arbeit halte ich zuerst eine Produktionsanalyse für sinnvoll, da sie eine gute Möglichkeit ist, die Arbeitsweise der Sendungsmacher kennen zu lernen. Im Rahmen des Experteninterviews werde ich mit den Sendungsmachern über deren Herangehensweise und die Produktion sprechen.

In der Sendungsanalyse betrachte ich die Struktur und die Inhalte genauer.

4.2 Fernsehanalyse

Im folgenden, analytischen Teil dieser Untersuchung betrachte ich die Sendungen der Interviewpartner genauer.

Ausgangspunkt für meine Arbeit ist die Frage „*Welche Darbietungen kommen aus der offenen Sphäre*“ sowie Brechts Feststellung: „*Es ist ohne Experimente einfach nicht möglich.*“

Ich werde je zwei Sendungen der gewählten Produzenten ansehen. Die erste aus dem Jahr 2005 sowie eine der letzten aus dem Jahr 2008.

Ein Beispiel für eine Sendungs- und Inhaltsanalyse gibt Helmut Korte in seinem Aufsatz *„Filmanalyse, das CNfA-System und das Fernsehen oder: Was ist Gegenstand der Fernsehwissenschaft?“*¹⁹⁸

CNfA-System steht für *„Computergestützte Notation filmischer Abläufe“*.

Er zeigt anhand eines Orientierungsrasters Möglichkeiten, die Inhalte der Sendungen näher zu betrachten. Hier unterscheidet er zwischen Medienrealität, Bezugsrealität, Bedingungsrealität und Wirkungsrealität.

Für mich ist die Medienrealität interessant, da die weiteren Punkte nur in Hinblick auf eine Rezeptionsbetrachtung relevant sind.

*„Inhalt, formale, technische Daten,
visuelle und auditive Struktur
inhaltlicher und formaler Aufbau
Strategien der Informationsvermittlung
Zeitliche Abfolge
Länge und spezifische Präsentation der zentralen Darstellungsformen
Moderation
Interviews (Gesprächssituationen)
Musikparts, Filmbereich
Ebenen der Ansprache (emotional, informativ)
Funktion für die Gesamtaussage“*¹⁹⁹

Anhand dieser Punkte sind für mich folgende Fragen relevant:

- Der inhaltliche Aufbau der Sendung und der gezeigten Beiträge.
- Welche Gestaltungsmittel werden verwendet? (Moderation, Studio, Filmbeiträge, Videos, Interviews, Grafik, Dramaturgie)
- Welches Sendungsformat hat die Sendung und in welches Genre kann sie eingegliedert werden?
- Welche Bedeutung hat die Technik?

Mit Hilfe dieser Fragen können die Struktur und die Inhalte der Sendungen dargestellt und ein Einblick in die Arbeit der Sendungsmacher gegeben werden.

¹⁹⁸ Korte, 1994, S. 204

¹⁹⁹ Vgl. Korte, 1994, S. 206

4.3 Produktionsanalyse

Die Kriterien und Herangehensweisen für die Produktionsanalyse beschreibt Faulstich folgendermaßen:

„Schlüsselfragen einer Produktionsanalyse von Fernsehsendungen sind Fragen nach den Voraussetzungen, Umständen und Zielen der Fernsehproduktion (...)“²⁰⁰.

Weiters unterscheidet er zwischen:²⁰¹

- Formen der Herstellung (Preproduction, Production, Postproduction)
- Finanzielle, senderpolitische und organisatorische Rahmenbedingungen
- Personelle Kompetenzen (Autor, Produzent, Redakteur, Regisseur).

Bei einer Produktionsanalyse werden diese Faktoren rekonstruiert und kritisch betrachtet. Eine Beobachtung am Set halte ich in dieser Arbeit nicht für sinnvoll. Ich werde jedoch innerhalb der Experteninterviews mit den Beteiligten darüber sprechen und ihre Arbeitsmethoden und Vorgänge erfahren.

Relevant ist, dass alle Arbeitsgebiete nie mit kommerziellen Redaktionen und Produzenten verglichen werden können. Es arbeiten keine Profis, sondern großteils Laien, welche sich aus Interesse das nötige Wissen und technische Know-How angeeignet haben. Die Sendung wird in der Freizeit, ehrenamtlich neben dem eigentlichen Beruf produziert.

Weiters ist zu berücksichtigen, dass die Formen der Herstellung wie Recherche, Dreh und Schnitt oft nicht getrennt sind, sondern in einem kleinen Team von zwei bis vier Personen gemeinsam oder abwechselnd gemacht werden.

²⁰⁰ Faulstich, 2008, S. 13

²⁰¹ Vgl. Faulstich, 2008, S. 13

Diese Punkte sind als Voraussetzung zu beachten und geben speziell technischen Fehlern innerhalb der Sendung Rückendeckung.

Aus diesem Grund werde ich darauf nicht eingehen.

Die wichtigste Voraussetzung, um eine Sendung auf OKTO zu produzieren, ist die persönliche Motivation aller Beteiligten. Dieser Punkt ist absolut ausschlaggebend für alle weiteren Vorhaben, wie technisches Wissen zu erlernen oder zusätzliche personelle Kompetenzen zu akquirieren.

Die Motivation und Lust der Produzenten, eine Sendung ehrenamtlich in der Freizeit zu machen, ist für einen Sender wie OKTO entscheidend.

Diese Voraussetzung ist auch bei den Umständen zu berücksichtigen. Das gilt für alle Sendungen und alle drei Teams.

Senderpolitische und organisatorische Rahmenbedingungen sind bei Okto klar gegeben.²⁰²

4.4 Die Sendungen

Ich habe die Interviews jeweils mit dem Sendungsverantwortlichen geführt, nur bei KIT, bestehend aus einem fünfköpfigen Team, mit drei Frauen.

Hinter allen Sendungsteams stehen kein Verein und keine Organisation, sondern eine lose Gruppe, aus Personen mit gleichen Interessen, Zielen und Vorstellungen. Inhalt der Sendungen sind urbane und kulturelle Themen, die im öffentlich-rechtlichen Fernsehen wenig bis nicht vorkommen.

Die von mir gesehenen Sendungen sind nicht fiktional und nicht narrativ. Sie sprechen alle eine bestimmte Zielgruppe an, sind aber inhaltlich für jeden Interessierten verständlich und informativ.

Die gesamten Interviews finden sich im Anhang dieser Arbeit, in der Produktionsanalyse präsentiere ich Ausschnitte davon.

4.5 Aufdraht

„Dem Musikmagazin von und mit Birgit Denk. Ohne sich ein Blatt vor den Mund zu nehmen, moderiert, kommentiert und schmäht sich Birgit Denk, weibliche Stimme des Wiener Dialekt-Gesanges, durch die Sendung und gibt der österreichischen Musik Bild und regelmäßigen, medialen Auftritt.“²⁰³

Birgit Denk ist sendungsverantwortlich und produziert gemeinsam mit Petra Geringer die Sendung „Aufdraht“.

„Aufdraht“ ist ein Musikmagazin mit Live - Konzertmitschnitten, Interviews, Veranstaltungsankündigungen und persönlichen Meinungen der Musiker.

Birgit Denk beschreibt die Sendung folgendermaßen:

„Unser Ziel war es, U-Musik, die in Wien stattfindet, den Leuten in Wien, fernsehmäßig nahe zu bringen. Hauptsächlich durch Live-Berichterstattung von Konzerten und auch mit dem Hintergrund sie ein bißchen Neugierig zu machen auf Lokalitäten, die sie möglicherweise noch nicht kennen.“²⁰⁴

Die Sendung ist eine private Initiative von zwei Frauen, es gibt im Hintergrund keinen Verein oder eine Organisation. Birgit Denk ist Musikerin mit ihrer Band „B Denk“, Petra Geringer hat Publizistik und Theaterwissenschaft studiert. Sie sind langjährige Freundinnen und jede hat aus persönlichem Interesse einen Teil der Sendung übernommen.

Die Sendung „Aufdraht“ ist ein Musikmagazin. Birgit Denk moderiert, führt die Interviews und leitet durch die Sendung.

²⁰² siehe Kapitel OKTO

²⁰³ <http://okto.tv/aufdraht/> Zugriff am 20.01.2009

²⁰⁴ Interview mit Birgit Denk am 20. 10. 2008

Der Trailer zu Beginn der Sendung zeigt Humor und passt gut zum Gesamtbild von „Aufdraht“. Es sind elektronische Haushaltsgeräte und Gegenstände zusehen die der Reihe nach aufgedreht werden. Kaffeemaschine, Haarfön, Geschirrspüler, E-Gitarre, blinkendes Kinderspielzeug, Staubsauger, Lampe, Creme Dose, Musikverstärker, Waschmaschine, Wasserhahn, und zum Schluss ein Fernseher, die alle jeweils von einer Hand, oder mit einem Fuß, wie zum Beispiel der Staubsauger, aktiviert werden.

Die kurzen Trailer, zwischen zwei Beiträgen oder zwischen Moderation und Beitrag, beziehen sich erneut auf diese Gegenstände zum Beispiel wird der Wasserhahn aufgedreht und das Wasser beginnt, in das Waschbecken zu rinnen.

Grafische Effekte gibt es keine. Wiedererkennung findet über den Trailer und über Birgit Denk als Moderatorin statt.

Der inhaltliche und formale Aufbau ist direkt und einheitlich. Moderation und Beiträge wechseln sich ab. Es ist eine Musikmagazinsendung und fällt damit in den Bereich Unterhaltungsprogramm. Alle gezeigten Inhalte in „Aufdraht“ sind nicht-fiktional und nicht narrativ. Die Dramaturgie besteht aus dem einheitlichen Konzept von Moderation und Beitrag mit Interview und Konzertmitschnitt.

Zentrale Figur der Sendung ist, neben den Musikern und Sängern, Birgit Denk. Sie organisiert, moderiert, führt die Interviews, ist in jeder Sendung und in jedem Beitrag präsent. Sie beeindruckt mit Sympathie und Witz.

Dem Saalpublikum und deren Meinung bei den Konzerten wird wenig Platz eingeräumt, die Sendung widmet sich der Musik und den Bands.

Bei „Aufdraht“ gibt es keine Experten oder Jury, Birgit Denk gibt keine Wertung und Kritik zu den Konzerten und zur Musik.

Das Okto Studio wird nicht verwendet. Es gibt keine Ausstattung bei den Moderationen und Interviews, keine besondere Kleidung oder Make-Up der

Moderatorin. Birgit Denk tritt sehr natürlich vor die Kamera, sie wirkt dadurch authentisch und bringt ihre Persönlichkeit zum Vorschein.

Die Gestaltungsmittel sind nicht aufwändig, es gibt keine grafischen Einblendungen, Namen und Informationen zu Webseiten werden mit Schrifteinblendung gezeigt.

Kamera- und Schnitttechnik sind unauffällig.

Die auditive Ebene besteht aus Gesprochenem und der Musik der jeweiligen einzelnen Konzerte, keine zusätzlichen Tonjingles außer der Anfangsmusik im Trailer und den kurzen Zwischentrailer werden verwendet. Die Beiträge bestehen aus Konzertmitschnitten, Interviews und bei manchen gibt es Publikumseinblendungen und ein zeigen der Atmosphäre und Stimmung.

Birgit Denk betont in den Beiträgen genau, wann und wo der Auftritt stattgefunden hat. Sie bildet damit nicht bloß eine Plattform für die Künstler und deren Musik, sondern auch für die Veranstalter und die Lokale.

Die Interviews sind in privater und vertraulicher Stimmung geführt. Man merkt, dass Birgit Denk viele der Musiker persönlich kennt und außerdem geht sie direkt auf die Menschen zu.

Die Ebene der Ansprache ist persönlich und emotional, aber nicht minder informativ.

Bei allen Interviews sieht der Zuseher immer die Interviewerin und den Interviewten im Bild.

Birgit Denk spricht dabei wie bei den Moderationen nicht hochdeutsch, sondern im Wiener Dialekt.

Versprecher bei der Moderation kommentiert sie selbst, indem sie zum Beispiel sagt: „In diesem Satz waren eindeutig zu viele S, schaut es euch in der Wiederholung nochmals an und zählt mit.“

Veränderungen in den zwei Jahren erkennt man an der Technik, am Ton, an der Kameraführung und am Schnitt. Anfängliche Fehler aus der ersten

Sendung wurden durch einen sichereren Umgang mit der Technik behoben. Die Arbeitsabläufe wurden vereinfacht. Sie filmen kein komplettes Konzert mehr, sondern nur noch Ausschnitte daraus. Das erleichtert den Videoschnitt und spart Zeit.

Das Konzept und der Inhalt der Sendung ist und bleibt die Wiener Musik. Die Dauer von 27 Minuten pro Sendung wurde nicht verändert.

Bei der zweiten Sendung ist zu erkennen, dass bei jedem Interview der Name des Interviewten eingeblendet wird. Bei der ersten Sendung ist das noch nicht der Fall.

Da nie im Okto Studio gedreht wurde, gibt es hier auch keine Veränderung.

Bei der zweiten Sendung aus dem Jahre 2007, die in dieser Arbeit vorgestellt wird, ist am Ende ein Musikvideo zu sehen.

Sendung 1:

Produktion: Birgit Denk, Petra Geringer

Kamera: Petra Geringer

Schnitt: Birgit Denk, Petra Geringer

Erstausstrahlung auf Okto: 16. 12. 2005

Dauer: 27 min.

Inhalt der Sendung:

0'00 **Vorspann:** Okto und Trailer „Aufdraht“

0'44 **Moderation:** Begrüßung, Vorstellung der Sendung, Einleitung zum ersten Beitrag.

1'45 **Beitrag:** Stubenblues, Willi Resetarits & Extra Combo, im Stand Up Club, in Fischamend, am 1. Nov. 2005.

10'09 **Kurztrailer**

10'12 **Moderation:** Information über das nächste Konzert von Willi Resetarits und Hinweis auf seine Homepage. Einleitung zum nächsten Beitrag.

11'21 **Beitrag:** Dean Martin Abendshow, am 12. Nov. 2005 in der Wiener Vorstadt. Roman Gregory, hat die Musik von Dean Martin Wienerisch interpretiert.

16'48 **Moderation:** Ankündigung der nächsten Konzerte von Roman Gregory. Vorstellung des folgenden Beitrags.

18'47 **Beitrag:** Soundbase, Acoustic Club, organisiert von WienExtra, „Open Stage“ für junge Nachwuchsmusiker, am 6. Dez. 2005 im Neuwien.

25'54 **Moderation:** Verabschiedung

26'45 **Abspann**

Birgit Denk beschreibt diese Sendung: *„Allererste Sendung! Team vor der Herausforderung! Erste Kamera, Ton, Interview, Schnitt...“*

In der allerersten „Aufdraht“ Sendung werden drei verschiedene Beiträge gezeigt, die jeweils aus einem Konzertmitschnitt und einem Interview mit dem Sänger und ein oder zwei weiteren Bandmitgliedern bestehen. Birgit Denk führt in die einzelnen Beiträge ein, wann und wo das Konzert stattgefunden hat, wer die Musiker sind, und im Fall des Acoustic Clubs, auch wer der Veranstalter ist.

Die Moderationen vor, zwischen und nach den Beiträgen, sind in einer Wohnung aufgenommen. Birgit Denk sitzt auf einem Sofa, die Kamera, die in Nahaufnahme auf die Moderatorin gerichtet ist, bewegt sich nicht, im Hintergrund steht eine größere Zimmerpflanze.

Sie stellt Petra Geringer „live hinter der Kamera“ vor, ohne dass sie zu sehen ist.

Der erste Beitrag, „Stubenblues“, berichtet über Willi Resetarits und die Extra Combo im ältesten Jugendclub Österreichs, dem „Stand Up Club“ in Fischamend, zu dessen 30. Geburtstag.

Zuerst wird ein kurzer Konzertmitschnitt gezeigt, dann folgt ein Interview mit dem Ziehharmonikaspieler, als Namenseinblendung steht irrtümlich Willi Resetarits.

Die Interviews wurden im Backstagebereich des Lokals gefilmt. Birgit Denk und der Interviewte sitzen nebeneinander auf einem Sofa.

Im Interview spricht Willi Resetarits über seinen ersten Auftritt im Stand Up Club in Fischamend, vor 30 Jahren.

Als Zwischenschnitt, während das Konzert auf der auditiven Ebene zu hören ist, sieht man Konzertbesucher und Mitarbeiter beim Kartenverkauf.

Danach folgt ein Interview mit dem Schlagzeuger der Band, dieser zeigt, wie man aus Drum-Sticks einen Gummischlägel machen kann.

Im zweiten Beitrag über Roman Gregory, führt Birgit Denk ein Interview mit Helmut Emersberger, einem Wiener Liedermacher. Die Zuordnung ist nicht möglich, wenn man ihn nicht kennt, da es weder eine Namenseinblendung noch eine Vorstellung Seitens der Moderatorin gibt.

Mit Roman Gregory spricht Birgit Denk darüber, warum er Dean Martin ausgesucht hat und nicht Frank Sinatra oder Sammy Davis Junior. Er erzählt sehr humorvoll eine Anekdote darüber.

Im dritten Beitrag über den Acoustic Club werden vier Bands interviewt und Ausschnitte von ihren Auftritten gezeigt, sowie drei Solokünstler vorgestellt. Dreimal ist vor dem Interview mit der nächsten Band, ein kurzer „Aufdraht“ Zwischentrailer von 3 Sekunden zu sehen.

Die Interviews werden im Barbereich des Lokals geführt, im Hintergrund sieht man andere Gäste der Veranstaltung.

Birgit Denk spricht mit den jungen Musikern über Nervosität und deren Weg zur Musik.

Vor dem letzten gezeigten Auftritt moderiert sie auf der Bühne den „Acoustic Club“. Unabhängig von der Sendung „Aufdraht“ übernimmt sie als Musikerin immer wieder die Moderation dieser Veranstaltung.

Alle drei Beiträge wurden mit einer Kamera gefilmt. Bei den Konzertmitschnitten und bei den Interviews wird die Einstellungsgröße durch Kamerazoom und harte Schnitte ohne Blende gewechselt. Es gibt keine Kamerafahrten oder Perspektivenwechsel innerhalb eines Takes.

Die auditive Ebene ist bei den Moderationen rein sprachlich ohne Hintergrundmusik. Bei den Beiträgen über die Konzerte gibt es Überblendungen und die Musik vom Konzert ist während des Interviews leiser zu hören.

Ausstattung gibt es keine spezielle, weder bei der Moderation noch bei den Interviews.

An der Technik lässt sich bei der ersten Sendung erkennen, wie Birgit Denk selbst sagt, dass es eine Herausforderung für sie war.

Interviews wurden zu dunkel gefilmt, Kamerazoom ist sichtbar, der Ton bei den Interviews zu leise.

Abschließend kann man sagen, dass die Beiträge in dieser Sendung ein Anreißer sind. Sie geben keinen kompletten Überblick über die Veranstaltung, die Besucher und die Atmosphäre, sie zeigen aber einen Ausschnitt davon und können Interessierten Geschmack auf mehr machen. Die Konzertmitschnitte wie auch die Interviews sind lebendig und kurzweilig. Niemand spricht trocken oder langweilig über die Musik. In der Sendung dominiert viel mehr der Humor. Es werden Anekdoten erzählt, Versprecher sind kein Problem und die Freude an der Arbeit ist bei Birgit Denk erkennbar.

Sendung 2:

Produktion: Birgit Denk, Petra Geringer
 Kamera: Petra Geringer, Mario Schwaiger
 Schnitt: Birgit Denk, Petra Geringer
 Erscheinungsjahr: 14. 12. 2007
 Dauer: 27 min.

Inhalt der Sendung:

0'00 **Trailer:** Aufdraht

0'29 **Moderation:** Begrüßung aus dem Radio Kulturhaus, Vorstellung der Beiträge dieser Sendung, Einleitung zum ersten Thema.

1'38 **Beitrag:** 5 Jahre Acoustic Club im Wiener Orpheum, Best Off der letzten fünf Jahre.

11'21 **Moderation** aus dem Radio Kulturhaus und Überleitung zum nächsten Beitrag.

12'00 **Beitrag:** CD Präsentation, „Die Bucht von Wien“ von Hansi Lang, im Radio Kulturhaus in Wien.

22'44 **Moderation:** Information über die CD von Hansi Lang, Verabschiedung, Einleitung zum Musikvideo.

23'26 **Musikvideo** von Monofuse „If love is blind“ und **Abspann**

Die Moderationen wurden alle im Radio Kulturhaus gefilmt, wo auch das Konzert von Hansi Lang stattfand. Birgit Denk sitzt im leeren Zuseherraum am Rand einer Sitzreihe. Hinter der Kamera Petra Geringer und Mario Schwaiger. Sie wurden für die Zuseher im Fernsehen vorgestellt und verabschiedet, ohne jemals im Bild gewesen zu sein.

Die Moderationen aus dem Radio Kulturhaus und das Konzert von Hansi Lang wurden mit zwei Kameras gefilmt. Die Schnitte mit Perspektivenwechsel geben der Moderation und dem Konzert mehr Abwechslung.

Die Veranstaltung „5 Jahre Acoustic Club“ fand im Orpheum in Wien statt, die Interviews wurden im Nebenbühnenbereich geführt.

Birgit Denk hat auch diesen Acoustic Club moderiert und ist auf der Bühne zu sehen, als Moderatorin zwischen zwei Konzerten. Im Interview mit der Organisatorin Susanne Lachnit sprechen sie über die Organisation der Veranstaltung, über Möglichkeiten für junge unbekannte Musiker und was der „Acoustic Club“ Musikern bietet.

Im Hintergrund hört man das Konzert vom letzten gezeigten Auftritt weiter. Die suggerierte Parallelhandlung hat nicht stattgefunden, die Musik verbindet aber das Interview und die Veranstaltung angenehm. Zu sehen sind weitere Konzertmitschnitte von zwei Bands und vier Solokünstlern, sowie ein Interview mit einer Band und zwei Interviews mit Solokünstlern. Mit den jungen, noch nicht bekannten oder etablierten Musikern unterhält sich Birgit Denk über deren Nervosität vor dem Auftritt, wie sie zur Musik kamen und wo sie proben.

Am Ende des Beitrags gibt es eine Vorschau auf die kommende Sendung von „Aufdraht“. In dieser wird der 2. Teil der Veranstaltung „5 Jahre Acoustic Club“ gezeigt werden. Mit Schrifteinblendung und Bildvorschau wird darauf hingewiesen.

Bei allen Interviews gibt es eine Schrifteinblendung zur Namensnennung und Hinweis auf die Homepage der Musiker.

Im Beitrag über die CD Präsentation von Hansi Lang aus dem Radio Kulturhaus in Wien, wurde das Konzert auf der Bühne mit zwei Kameras gefilmt. Kameraschwenks zeigen die ganze Bühne und alle Musiker. Im Interview vor dem Konzert erzählt Hansi Lang von seiner Arbeit mit Klaus Wienerroither und wie lange sie letztendlich an der CD gearbeitet haben. Birgit Denk und Hansi Lang sitzen entspannt auf einem Ledersofa nebeneinander.

In dieser Sendung wird zum Schluss, nachdem sich Birgit Denk verabschiedet hat, ein Musikvideo gezeigt. Damit wird „Aufdraht“ eine umfangreiche Plattform für Musiker, indem neben Konzertberichten und Interviews auch Videos veröffentlicht werden. Am Ende des Videos läuft der Abspann der Sendung.

4.5.1 Produktionsanalyse:

Bei „Aufdraht“ wird erkennbar, dass es nicht unbedingt ein großes Team bedarf, um regelmäßig eine Sendung zu produzieren. Die Sendung wird fast ausschließlich von zwei Frauen produziert.

Das Ziel der Sendung beschreibt Birgit Denk wie folgt:

„Es macht Spaß in Wien auf Konzerte zu gehen. Ich darf ich mich in Lokale trauen, die außen ganz gruselig aussehen aber drinnen ist alles ganz ok und damit kann ich Gusto machen auf Musik, die in Wien passiert. Die ist sehr vielfältig, es gibt viele Bands die hier spielen und nicht nur im Radio.“

Es geht nicht um ihre eigene Musikkarriere, auch wenn die Sendung nicht hinderlich dafür ist, da Birgit Denk die Wiener Musikszene und viele der Leute persönlich kennt. In „Aufdraht“ sieht sie sich selbst als Vermittlerin von Konzerten und Lokalen in Wien. Das persönliche Anliegen der

Sendungsmacherinnen ist eine Plattform im Fernsehen zu schaffen, um Musik in und aus Wien bekannter zu machen.

Ein weiteres Ziel der Sendung ist,

„ein Konzert so zu zeigen, wie ein Konzert ist. Wir versuchen als Stilmerkmal nicht drei Milliarden Schnitte dazwischen zu schneiden, weil die der Konzertbesucher, wenn er dort steht, auch nicht hat, der schaut ja auch nicht ständig in der Gegend herum und die Show sieht ganz anders aus. Sondern wir versuchen absichtlich das Konzert so wiederzugeben, wie es wirklich war.“

Die Formen der Herstellung sind aufgeteilt in Recherche, Organisation, Dreh, Kamera, Ton, Licht, Moderation, Schnitt und Abgabe bei Okto.

Die Arbeitsvorgänge haben die Produzentinnen mit der Zeit und der gesammelten Erfahrung vereinfacht, sie filmen nicht mehr ganze Konzerte, außer dies ist der ausdrückliche Wunsch der Band oder des Veranstalters.

Petra Geringer ist die Kamerafrau und Birgit Denk moderiert. Den

Videoschnitt machen beide. Die Organisation und Recherche wird größtenteils von Birgit Denk in Absprache mit Petra Geringer übernommen.

Hinzu kommt das Leihen der Kamera bei Okto, sprich Abholung und Zurückbringen des Equipment für einen Dreh.

„Hin und wieder kann es auch vorkommen, dass die Petra gar keine Zeit hat in einem Monat, da gibt es dann zwei, drei Ersatzkameraleute, auf die ich zurückgreife und die ich anfrage, ob sie so lieb sind und für uns Kamera machen. Und wenn ganz große Geschichten passieren, wie im Gasometer, da komme ich mit einer Kamera nicht drüber, da werden wir wahnsinnig, dann schaue ich, dass wir zwei Kameras haben.“

Alles andere machen Birgit Denk und Petra Geringer zu zweit ohne weitere Unterstützung.

Eine direkte finanzielle Unterstützung für die Sendung „Aufdraht“ gibt es keine.

„Unsere Finanzierung besteht ausschließlich aus Naturalien. Wir betteln manchmal bei den Bands um Mini-DV Bänder, vor allem bei denen die das aufgezeichnete Konzert dann gerne für ihre persönlichen Zwecke haben wollen. Das ist unsere Finanzierung.“

Wird in einem Lokal gedreht, gibt es immer wieder Freigetränke.

Das Benzin für die Fahrt, die Arbeitszeit und alles weitere, werden privat bezahlt.

Organisatorische Rahmenbedingungen sind bei „Aufdraht“ einfach gestaltet, in Form der Spontaneität der beiden Frauen.

Die personellen Möglichkeiten zeigen sehr deutlich, dass der Produktionsablauf nicht mit einer kommerziellen Sendung verglichen werden kann.

Bei „Aufdraht“ werden alle Bereiche von zwei Frauen gemacht, es wird nichts ausgelagert und sie arbeiten basisdemokratisch.

Der Umgang mit Kamera, Schnitt, Ton und Licht ist eine wichtige Voraussetzung. Das nötige Wissen wird von OKTO bei Schulungen übermittelt.

Entscheidend ist auch der Perfektionismus der Sendungsmacher, was sie von sich selbst verlangen und sich als Ziel gesetzt haben.

„Bei Schulungen bin ich eine Lästige und frage immer nach, wann endlich das oder das kommt und ich weiß schon was ich nicht kann und was ich gerne besser können würde, bin aber selber nicht in der Verfassung, mir das selber zeitlich draufzufassen.“

Birgit Denk und Petra Geringer haben einerseits den Vorteil, zu zweit spontan arbeiten zu können ohne offizielle Redaktionssitzungen und Absprachen. Auf der anderen Seite müssen sie zu zweit die ganze Arbeit bewältigen. Auf die Dauer kann dies die Motivation angreifen, aber wie Birgit Denk nach dem Interview sagte, ist das zum Glück bis jetzt nicht passiert. Inhaltlich haben sie sehr genaue Vorstellungen über die Dinge, die sie zeigen. Die Umsetzung ist aber oft ein entscheidender Zeitfaktor, denn Weiterbildungen bei OKTO und grafische Umsetzungsmöglichkeiten bleiben auf der Strecke.

Die nicht vorhandene Finanzierung erschwert den Produktionsprozess weiter.

Es wird klar, wäre keine Lust an dieser Arbeit vorhanden, würde es die Sendung „Aufdraht“ nicht geben.

Das Ziel der Sendung, dass es Spaß macht, Konzerte zu besuchen, beginnt hier eindeutig bei den Sendungsmacherinnen und wird an die Zuseher transportiert.

4.6 AKKU

„AKKU beschäftigt sich mit Architektur, Raum und Leben in der Stadt. Monatlich berichten wir zu Themen der Architektur, Stadtentwicklung, Freiraum- und Verkehrsplanung, Kunst im öffentlichen Raum und noch mehr. Die Sendung wird von ehrenamtlichen SendungsmacherInnen produziert. Wir freuen uns über Feedback, Ideen, Kooperationen, Filmbeiträge und Deine Mitarbeit in der Redaktion.“²⁰⁵

Das Interview wurde mit Felicitas Konecny geführt, sie ist sendungsverantwortlich für Akku. Das Redaktionsteam besteht momentan aus elf Personen. Alle sind hauptberuflich im Bereich Architektur, Kunst und Raumplanung tätig oder studieren in diesem Bereich.

„Es ist eine Palette von Schwerpunkten und eigentlich sehr breit gefächert.

Geht von klassischer Architektur, sprich Bauwerksreportage, bis zu Themen, wo man sagen kann, es ist eigentlich Stadtleben im Allgemeinen. Genauer: wir machen Interviews mit Architekten und Architekturschaffenden, wo wir Personen porträtieren, wir machen städtebauliche Themen, Themen, die die Verkehrsplanung betreffen, wir berichten über Kunst im öffentlichen Raum, über das Architekturstudium und den Architektenberuf, über Freiraumplanung, partizipative Planung, über Initiativen, die charakteristisch im öffentlichen Raum in das Stadtleben eingreifen oder sichtbar werden.“²⁰⁶

²⁰⁵ <http://okto.tv/akku/> Zugriff am 25. 11.2008

²⁰⁶ Interview mit Felicitas Konecny am 22. 10. 2008

Akku nennt sich selbst „*Tv - Magazinsendung für Architektur und Stadt*“.

Die Sendung richtet sich an jeden interessierten Seher und ist auch für Architekturlaien verständlich.

Die Redaktionsmitglieder nennen sich selbst „Akkuzellen“.

Der Trailer am Anfang der Sendung ist rein grafisch gestaltet und deutet aus der Vogelperspektive eine Großstadt an, passend zu einer Sendung über Architektur und Stadtplanung. Eine Wiedererkennung entsteht durch die kurzen Zwischentrailer innerhalb der Sendung. Die Titel der Kurztrailer kündigen immer den nächsten Beitrag an und sind nach diesem benannt. Beispiel: „Akku Kisten“ der erster Beitrag, in der ersten Sendung.

Die Tonebene besteht aus einem dumpfen Klopfgeräusch, dass wie ein Herzschlag klingt. Der Trailer und die kurzen Zwischentrailer haben eine einheitliche grafische und auditive Darstellung.

Der inhaltliche Aufbau ist direkt und einheitlich. Es ist eine Magazinsendung, Moderation und Beiträge wechseln sich ab. Als Überbegriff kann die Sendung in den Bereich der Informationssendung eingegliedert werden. „Akku“ ist ein Potpourri aus Information, Kultur und informativer Unterhaltung mit dem Schwerpunkt Architektur.

In der Anfangsmoderation werden die Zuseher begrüßt, die folgende Sendung vorgestellt, die Beiträge eingeleitet und der Inhalt kurz erklärt. Von einer gleich bleibenden Dramaturgie kann man nicht sprechen, da es auch Sendungen ohne Moderation gibt.

Die einzelnen Beiträge in „Akku“ haben keine einheitliche Struktur.

Die Inhalte werden in unterschiedlicher Weise präsentiert. Diese reichen vom Filmbeitrag mit Interviews, von anonymen Interviews aus dem Off, von Bildern ohne Text mit Musik bis hin zu Animationsfilmen.

Die Beiträge sind nicht narrativ und nicht fiktiv, es gibt aber Ausnahmen, wie beispielsweise der Animationsfilm.

Abhängig von der Gestaltung der Berichte wird auch Besuchern Platz eingeräumt, in Form von Interviews oder durch Wiedergeben der Atmosphäre.

Die Sendung lässt verschiedene „Handschriften“ erkennen. In der Art der Gestaltung der Interviews, der Texte, der Informationen sowie bei Kamera und Schnitt. Das ist einerseits auf die Ausstrahlung der Fremdbeiträge zurückzuführen, andererseits auf ein größeres Team. Aufgaben wie Kamera und Schnitt werden abwechselnd von verschiedenen „Akkuzellen“ übernommen.

Der Schwerpunkt der Sendung liegt im Inhalt, die Hauptthemen Architektur und Stadt sind in jedem Beitrag zu erkennen. Es gibt keine zentrale Figur, weder bei der Moderation noch bei den Interviews, eine Wiedererkennung findet nur über den Inhalt und den Trailer statt.

Die Moderatoren wechseln von Sendung zu Sendung, ebenso die Orte der Aufzeichnung. Das Okto Studio wurde nur bei den ersten beiden Sendungen benützt. Zu den Beiträgen gibt es keine Experten oder eine inhaltliche Bewertung vom Akkuteam.

Die Ebene der Ansprache kann informativ und sachlich, aber auch persönlicher und humorvoll sein.

Die Moderationen sind inszeniert und überlegt, ob im Studio oder in einem begrünten Innenhof.

Auch hier lassen sich wieder unterschiedliche Handschriften der Gestaltung erkennen.

In der Sendung werden auch themennahe Fremdbeiträge ausgestrahlt. Das ist eine Möglichkeit einerseits das Redaktionsteam zu entlasten und andererseits eine Plattform für Berichte über Architektur und Stadt zu schaffen. Interessierten wird damit eine Möglichkeit der Veröffentlichung geboten, Beiträge auszustrahlen, ohne eine regelmäßige Sendung auf Okto

zu haben. Die Anzahl der verschiedenen Themen in einer Sendung variiert von drei und sieben.

Am Ende jeder Sendung gibt es Veranstaltungshinweise, Ausstellungstipps sowie Ankündigungen von Podiumsdiskussionen. Wie aber Felicitas Konecny im Interview gesagt hat, sind die Veranstaltungstipps und die Moderation abhängig von Zeit und Möglichkeit und werden bei Zeitknappheit auch weggelassen.

Veränderungen in den letzten drei Jahren sind unter anderem die Ausstrahlung von Fremdbeiträgen sowie die Tatsache, dass keine Studioaufzeichnungen mehr stattfinden.

Im Studio wurden nur die ersten beiden Sendungen aufgezeichnet, dann wurden Alternativen gesucht und gefunden, die personell weniger aufwändig sind. Beim Thema Architektur und Stadt bietet sich jeder öffentliche Platz an, als Hintergrund der Moderation zu dienen. Auch im Bereich der Technik lässt sich mehr Sicherheit erkennen.

Das Redaktionsteam begann 2005 zu fünft zu arbeiten, jetzt sind es elf Personen.

Sendung 1:

Produktion: Akku

Erstausstrahlung auf Okto: Dezember 2005

Dauer: 27 min.

Inhalt der Sendung:

0'00 **Trailer**

0'15 **Moderation:** Begrüßung, Vorstellung der Sendung und des Redaktionsteams.

2'08 **Kurztrailer:** AKKU Kisten

2'16 **Einleitung** zum ersten Beitrag.

2'46 **Beitrag:** Mehrwert Architektur/IG Architektur, © Felicitas Konecny, Christa Libowitzky, Iris Plachenka.

9'58 **Kurztrailer:** Akku Umbau

10'02 **Moderation:** Hinweis auf den folgenden Beitrag

10'31 **Beitrag:** Umbau Karmelitergasse 5/Walter Stelzhammer
 © Carsten Leonhardi, Felicitas Konecny, „Ein Kind wird erwachsen“.
 Interview mit Architekt Walter Stelzhammer und 2 Bewohnerinnen des
 Hauses,
 14'41 **Kurztrailer:** Akku Amt
 14'44 **Moderation:** Vorstellung des Beitrags,
 15'35 **Interview** mit Robert Kniefacz, Mitarbeiter der MA 19,
 17'11 **Amtszeiten:** © Robert Kniefacz, Animationsfilm
 23'45 **Kurztrailer:** Akku Kalender
 23'48 **Kalender:** Veranstaltungsankündigungen:
 26'28 **Abspann**

Die Moderationen wurden im Okto Studio gefilmt.

Die Ausstattung besteht aus gestapelten Baupaletten aus Holz, der Hintergrund ist weiß, die fünf Redaktionsmitglieder und zwei Gäste sitzen darauf oder lehnen sich an.

Es wurde mit drei Kameras aufgezeichnet. Die Moderationen sind sehr strukturiert geführt, es lässt sich erkennen, dass jeder weiß, wann er in welche Kamera blicken muss und was er zu sagen hat. Sie sind klassisch bis eher nüchtern.

Bei der Vorstellungsrunde gibt es den Hinweis an alle Zuseher, dass neue Leute im Team jederzeit und gerne willkommen sind.

Die erste Sendung aus dem Okto Studio hat eine durchdachte und witzige Studioausstattung. Die Holzpaletten passen thematisch gut zum Inhalt der Sendung und lassen Humor erkennen.

Das Sendungskonzept von „Akku“ wird vorgestellt und mögliche Themen für zukünftige Sendungen kurz angesprochen. Danach stellen sich die fünf „Akkuzellen“ und die zwei Gäste persönlich vor, in welchem Bereich sie arbeiten oder was sie studieren.

Das Redaktionsteam ist bunt zusammengesetzt aus Architekten, Architekturstudenten, einer Künstlerin/Cutterin und einer Architekturhistorikerin.

Der erste Beitrag „Akku Kisten“ gibt einen guten Überblick, sowohl inhaltlich als auch atmosphärisch, über die Veranstaltung „Mehrwert Architektur“, einen Aktionstag der IG Architektur.

Am 11. November 2005 werden 50 Kisten von Künstler und Architekten, am Wiener Stephansplatz getragen. Anschließend wandern sie zum Semperdepot, wo eine Podiumsdiskussion über den Mehrwert von Architektur stattfindet.

Es folgen Interviews vor Ort am Stephansplatz mit Siegfried Loos, Sprecher der IG Architektur, Christian Aulinger, Vorsitzender der IG Architektur, Christian Panek, IG Architektur. Auf dem Weg zum Semperdepot werden zwei Passanten, deren Namen nicht genannt werden, befragt, was sie von der Aktion halten.

Im Semperdepot werden Interviews mit Reinhold Haslinger, Bürgermeister von Reichraming (Oberösterreich) und Simon Steinhauser, Fachschaft Architektur der TU Wien und Mitglied der Akku Redaktion durchgeführt. Letzterer ist der Erfinder der Idee mit den Kisten.

Kamera und Schnitt sind in diesem Beitrag sehr ruhig, langsame Schwarzblenden, klassisch und ohne Experimente. Der Ton bei der Podiumsdiskussion hallt durch die große Aula des Semperdepots und ist nur schwer verständlich.

Mittels Schrifteinblendung werden die interviewten Personen namentlich vorgestellt.

Während und zwischen den Interviews sieht man die Besucher und Ausschnitte aus der Veranstaltung.

Der Beitrag „Ein Kind wird erwachsen“ über die Hausgemeinschaft in der Karmelitergasse 5, gibt das Lebensgefühl des Hauses wieder. Der Architekt Walter Stelzhammer erzählt im Interview über die Herausforderung beim Umbau und seine Idee hinter dieser Arbeit. Zwei Bewohnerinnen, berichten über das Lebensgefühl und den Alltag im Haus. In Zwischenschnitten während der Interviews werden das Haus, der

Innenhof und die Besucher der „Bauvisite der Österreichischen Gesellschaft für Architektur“ am 5. November 2005 gezeigt.

Im Interview mit Felicitas Konecny erzählt Robert Kniefacz, Mitarbeiter der Wiener Magistratsabteilung MA 19 Architektur und Stadtgestaltung, über seinen Film. Er setzt sich darin mit dem Thema Architektur und Amt sehr kritisch, aber humorvoll auseinander.

Der Animationsfilm „Amtszeiten“ erzählt, wie mit einer Idee eines Architekten im Amt umgegangen wird. Der Film beruht auf historischen Tatsachen, nämlich Adolf Loos und seinen Bau am Michaelerplatz.

Der schlafende Beamte im Film wurde bewusst von Robert Kniefacz gewählt. Er sagt im Interview, er könne sich darüber lustig machen, da er persönlich weiß, wie die Arbeit im Amt funktioniert. Trotzdem bleibt die Frage im Raum stehen, warum er den Film gemacht hat.

Dieser Film ist narrativ und fiktional und besteht aus animierten Zeichnungen.

Im Abspann des Filmes steht folgende Erläuterung: Dieser Film ist als posthume Entschuldigung der Baubehörde an den Architekten Adolf Loos 1870-1933 zu verstehen, dessen Ansichten und Architekturprojekte auf fundmentales Unverständnis des damaligen Bauamtes stieß.

Im Veranstaltungskalender am Ende der Sendung, wird jeder Tipp von einer anderen Moderatorin vorgestellt, im Hintergrund sieht man ein Standbild der jeweiligen Ausstellung bzw. Veranstaltung. Die Moderationen sind schwarzweiß gefilmt, bei der Schrifteinblendung kommt Farbe ins Bild. Die Veranstaltungshinweise werden kurz, informativ und sachlich moderiert.

Zwischen den Beiträgen wird die Moderation aus dem Okto Studio von vier „Akkuzellen“ gesprochen. Hier lassen sich bereits Unterschiede erkennen: Am Humor, an der Sprache und an der Nervosität. Die Interviews in den Beiträgen wurden von Akku Redakteuren geführt und

auch hier zeigen sich die Unterschiede der einzelnen Personen. Alle sind immer im Bild sichtbar und stellen die Fragen nicht anonym aus dem Off.

Im Abspann verlassen die Redaktionsleute und Gäste das Studio, reinigen ihre Hosen von den Holzspänen und bauen anschließend die Holzpaletten ab.

Sendung 2:

Produktion: Akku

Erstausstrahlung auf Okto: Juni 2008

Dauer: 27 min.

Inhalt der Sendung:

0'00 **Trailer**

0'12 **Vorschau** auf die Beiträge dieser Sendung.

0'42 **Moderation** von Felicitas Konecny, Begrüßung zur 29. Ausgabe von Akku, Vorstellung der Beiträge dieser Sendung.

2'02 **market sentiments:** © Barbara Musil

5'41 **Kurztrailer:** Akku

5'45 **Moderation:** Einleitung nächster Beitrag

6'22 **dumpster diving:** © Milena Krobath, Andrea Seidling

13'32 **Kurztrailer:** Akku

13'37 **Moderation:** Vorstellung der nächsten 2 Beiträge

14'04 **Flucht-Punkt:** © Elmar Nadler

18'05 **Kurztrailer**

18'09 **Architektur von innen:** © P. Jaritz, F. Konecny, S. Ladurner, M. Schuller

23'21 **Kurztrailer**

23'25 **Moderation** über den folgenden Beitrag

23'58 „**Wenn einer eine Reise macht...**“, © Astrid Meyer, Reinhard Hainisch

25'27 **Moderation:** Verabschiedung, Hinweis auf die folgenden Veranstaltungstipps

25'53 **Kurztrailer**

25'57 **Holiday In Stadlau**

26'21 **Kurztrailer**

26'26 **Abspann:** im Hintergrund verlässt die Moderatorin Felicitas Konecny das Bild.

Am Anfang der Sendungen gibt es eine kurze Vorschau auf die folgenden Beiträge. In diesem kurzen Zusammenschnitt sind Ausschnitte der folgenden sechs Sendungsbeiträge zu sehen.

Die Moderation wurde in einem begrünten Innenhof einer Wohnsiedlung gefilmt, im Hintergrund hört man Kinder spielen.

Mittels Schrifteinblendung wird die Moderatorin Felicitas Konecny namentlich genannt. Sie begrüßt die Zuseher und gibt kurze Hinweise zu den folgenden Beiträgen.

Durch langsame ruhige Schwarzblenden wird zwischen den Beiträgen und der Moderation gewechselt.

Die Beiträge dieser Sendung bilden einen weiten geografischen Bogen von Estland bis Kärnten. Das Verbindende dabei ist, dass es um künstlerische Zugänge zu Architektur und Stadt geht.

„Market Sentiments“, ein Kurzfilm von Barbara Musil, mit dem sie als Gewinnerin des Local artist Preis bei Crossing Europe Festival Linz 2008 hervorging.

„Market Sentiments“ ist ein Begriff aus der Wirtschaft, um Investoren zu veranlassen in einem Gebiet Geld anzulegen, oder eben nicht. Im Film sind weitläufige Wälder und Moorlandschaften aus der Vogelperspektive zu sehen. Barbara Musil fragt sich, ob diese Besitz Einzelner sind und ob es sich dabei überhaupt um Besitz handelt. Im Film zeigt sie, wie aus Landschaft Parzellen werden und daraus Besitz wird.

In grafischer Darstellung werden Grundgrenzen markiert und mit Strichlinien eingezeichnet. Es gibt keinen Text, der Schnitt und die Grafik werden im Rhythmus der Musik geführt.

Der Film ist eine künstlerische und rein grafische Darstellung, die auditive Ebene besteht aus klassischer Streich- und Klaviermusik.

Der Beitrag „dumpster diving“ ist von der Künstlergruppe Xuhuhutzi Clan, als Beitrag zu Soho Ottakring 2008. Der Film zeigt den Weg der Lebensmittel vom Händler hin zu den so genannten „Mülltauchern“. Das rege Leben am Brunnenmarkt in Wien, Obst und Gemüse, das in riesige Biotonnen der MA 48 geworfen wird und Menschen, die in diese Mistkübel greifen und noch essbare Lebensmittel herausnehmen. Anschließend bei Nacht, zwei anonyme Dumpster Diver, die mit einer Taschenlampe in Müllcontainer nach Essbarem suchen. Aus dem Off hört man ein anonymes Interview mit einem Mitarbeiter der MA 48.

Der Film ist sehr künstlerisch gestaltet, viele verschwommene Nahaufnahmen lassen nur erahnen, was zu sehen ist. Die Atmosphäre ist manchmal zu hören, manchmal nicht.

Der folgende Beitrag „Flucht-Punkte“ ist von der Künstlergruppe „kampolerta“. Die vier Personen der Gruppe stellen sich und ihre Arbeit vor. Sie machen Aktionen und Interventionen im öffentlichen und halböffentlichen Raum, mit dem Ziel verschiedene Aspekte der Raumbildung aufzuzeigen. In diesem Beitrag wird eine Performance in drei Akten angekündigt, es werden aber nur zwei davon gezeigt.

Danach folgen Seitenblicke, der Beitrag „Architektur von innen“. Ohne Texte oder Interviews wird die Atmosphäre der Besucher und von Führungen gezeigt, von den Architektur Tagen im Mai 2008 in Wien. Der Beitrag enthält keinerlei Kommentare oder zusätzliche Informationen, er ist nur mit Musik unterlegt.

Der Beitrag „Wenn einer eine Reise macht...“ ist ein Ausblick auf die Septemberausgabe von Akku über die Architekturtage in anderen Regionen Österreichs. Der Trailer zeigt eine Architekturpantomime, entwickelt und uraufgeführt in Klagenfurt. Zu sehen ist eine Performance mit Live

Klaviermusik und einer Videoinstallation im Hintergrund der Bühne.

Bei der Abschlussmoderation ruft Felicitas Konecny interessierte Leute auf, im Redaktionsteam mitzuarbeiten oder Filmbeiträge zu schicken.

Am Ende der Sendung wird bei den Veranstaltungstipps „Holiday in Stadtlau“ vorgestellt. Eine Kunstaktion, bei der auch die Gruppe „kampolerta“ beteiligt ist.

4.6.1 Produktionsanalyse:

Die wichtigste Voraussetzung ist auch bei Akku die Motivation aller Beteiligten.

Ein Umstand, der sich auf den Inhalt der Sendung auswirkt, sagt Felicitas Konecny: *„Dass bei dieser freiwilligen, ehrenamtlichen Arbeit das im Vordergrund steht, dass man Dinge macht, die einen selber interessieren“* um gerne an den Beiträgen für eine Sendung zu arbeiten.

Das Redaktionsteam besteht aus momentan elf Personen, dabei sind eine gute Koordination und regelmäßige Redaktionstreffen wichtig, um personelle Verantwortung und Zuständigkeiten zu besprechen.

Das Ziel der Sendung ist, Architektur einen Platz im Fernsehen zu geben und eine Plattform zu bilden die auch Fremdbeiträge zulässt.

„Wir versuchen in immer wieder, dass die Sendung etwas Unterhaltsames oder Kulinarisches hat, eben indem wir interessante Bauwerke zeigen oder Information über Architektur geben. Warum ist Architektur wichtig, warum wird zeitgenössische Architektur genau so gemacht, das ist den Meisten das Hauptanliegen.“

Die Rahmenbedingungen sind nicht starr: Wenn aus zeitlichen oder personellen Gründen nicht anders möglich, wird eine Sendung ohne Moderation ausgestrahlt oder die Veranstaltungsankündigungen werden weggelassen.

Personelle Kompetenzen wirken sich daher auf die Form der Herstellung aus.

Es gibt keinen Verein, das Redaktionsteam ist eine lose Gruppe von Gleichgesinnten. Alle vier Wochen findet ein Redaktionstreffen statt, um die Kommunikation innerhalb der Gruppe aufrecht zu erhalten und um Notlösungen zu finden, wenn Probleme entstehen.

„Ich würde es so beschreiben, dass wir angefangen haben mit dem Prinzip, alle machen alles und dann hat sich in der nächsten Phase eine Arbeitsteilung herauskristallisiert, weil die Zeitbudgets sehr unterschiedlich sind und auf die Dauer nicht jeder gleichviel beitragen wollte, rein zeitlich. Natürlich hat sich auch herausgestellt, was man lieber macht und wo man das Gefühl hat, das kann man irgendwie besser und es gibt Bereiche wo man sich nicht so wohl fühlt und das macht man dann nicht, außer in Notfällen.“

Wie Felicitas Konecny im Interview sagt, auch wenn die Basisdemokratie nicht immer funktioniert, dann

„ist das eher so pragmatisch das, wer selber nicht Zeit hat zur Redaktionssitzung zu kommen und sich aktiv einzubringen, dann sagt: »Ok, ich hab das Vertrauen, dass die, die das aktiv machen auch gut machen und im gemeinsamen Geist agieren.«“

Es haben sich fixe Vorlieben für die unterschiedlichen Aufgabenbereiche entwickelt, das Team hat zum Beispiel eine Person für Öffentlichkeitsarbeit. Es gibt einen Newsletter, der Blog auf der OKTO Homepage wird betreut und regelmäßige Screenings werden zum Zeitpunkt der Erstaussstrahlung auf OKTO veranstaltet.

Recherche, Kamera und Schnitt werden von sechs Personen abwechselnd gemacht.

Daraus entstehen sechs verschiedene „Handschriften“ und unterschiedliche Arbeitsweisen und Zugänge zur jeweiligen Thematik.

„Es hat eine Entwicklung gegeben, weil wir am Anfang gedacht haben, wir möchten möglichst für die ganze Sendung alle Beiträge selber gestalten, das war für uns ganz zentral. Mittlerweile denken wir es ist auch spannend eine organisierende und moderierende Rolle einzunehmen, auch im Redaktionsteam. Das heißt, wenn wir interessante und tolle Beiträge bekommen, die in unser Themenspektrum passen, dass wir diese zu einer Sendung

zusammenstellen [...] und wir überzeugt sind, dass das ein genauso guter Beitrag ist, im Sinn von Architektur und Stadtplanung im Fernsehen stärker zum Thema zu machen, dass das über die Schiene funktioniert, dass wir eine Plattform geworden sind, also vom Kollektiv zur Plattform. Auch für Außenstehende.“

Mit Hilfe der Fremdbeiträge wird das Team entlastet. Aber auch die Fremdbeiträge müssen koordiniert werden, der Kontakt zu den Herstellern vorhanden sein, die Videos gesichtet und die fertige Sendung bei OKTO zeitgerecht abgegeben werden.

Eine Finanzierung für die Sendung Akku gibt es nicht.

„Nein, wir haben keine Finanzierung. Wir hatten einmal eine Patronanzwerbung und einmal hat ein Teil vom Team für einen anderen Auftraggeber einen Film gemacht. Von dieser Einnahme ist ein kleiner Teil in unsere Akku Kasse geflossen.“

Wie Felicitas Konecny am Schluss des Interviews sagt, gibt es auch jetzt noch Möglichkeiten für Patronanzwerbung, die speziell im Bereich Architektur gut funktionieren kann, wenn sich jemand der Aufgabe annimmt. Geld ist bei interessierten Firmen vorhanden. Die Herstellung der Kontakte bedarf Geduld und eine Person welche sich diesem Aufgabengebiet widmet.

Die Formen der Herstellung sind gerade vom jeweiligen Team abhängig. Wenn nicht alle Bereiche fix verteilt sind, ist Vertrauen und verantwortungsbewusstes Arbeiten wichtig. Je größer ein Team umso schwerer.

„Der Magazincharakter hat sich vielleicht eher aus praktischen Gründen ergeben. Wir machen eher buntgemischtes Programm, als Schwerpunktsendungen. Innerhalb dieser Sendungen gibt es in der Regel drei bis vier kürzere Beiträge und einen langen Sendungsfüllenden. Zwei längere Beiträge sind eher die Ausnahme. Wir denken uns, dass das mit der Mischung natürlich einen Vorteil hat, weil wir ja nicht nur eine Zielgruppe von Fachleuten ansprechen wollen, aber auch nicht nur Architekturlaien. Wir glauben, dass wir mit den mehreren Beiträgen, die dann sehr unterschiedlich gestaltet sind, fast alle erreichen können, die wir erreichen möchten.“

Bei AKKU wird sichtbar, dass ein größeres Team nicht unbedingt alles vereinfacht. Bei ehrenamtlicher Arbeit können keine fixen Aufgaben verteilt werden, es ist ein seltener Zufall, eine zuständige Person für Öffentlichkeitsarbeit zu haben.

Verantwortung und Vertrauen im gesamten Redaktionsteam sind wichtig. Die Suche nach neuen Mitgliedern ist speziell bei einer bestimmten Größe eines Teams wichtig. Bereiche wie Patronanzwerbung könnten damit betreut werden.

4.7 KIT

„Die Sendung kit ist Display und Kommunikationsplattform für die junge (noch) nicht etablierte Kunstszenen Wiens, wobei der Fokus auch auf das Geschehen jenseits der Stadt- und Landesgrenzen erweitert wird. Die kit-Redaktion setzt sich aus Studierenden der Akademie der bildenden Künste und der Universität für Angewandte Kunst zusammen.“²⁰⁷

Das Team besteht aus fünf Frauen, Absolventen und Studierenden der Akademie der Bildenden Künste. Der Trailer wurde von zwei Studenten der Universität für Angewandte Kunst gestaltet, diese sind aus Zeitmangel mittlerweile nicht mehr aktiv im Team.

„Junge Kunst“ ist in diesem Zusammenhang als experimentell, frisch und frech zu verstehen und hat keine Altersbegrenzung.

Auf die Frage, ob sie mit Absicht experimentieren, antwortet

Miriam Lausegger: *„Ja, genau, weil wir es auch als künstlerische Arbeit sehen, für uns.“*

Miriam Raggam fügt hinzu: *„Zum Beispiel harte Schnitte, setzen wir bewusst ein.“²⁰⁸*

²⁰⁷ <http://okto.tv/sendungen/> Zugriff am 23.01.2009

²⁰⁸ Interview mit Judith Gruber, Miriam Lausegger und Miriam Raggam am 27. 10. 2008

KIT,²⁰⁹ der Baustein ist strukturelles Konzept der Sendung.

„Unsere Sendung besteht aus mehreren Bausteinen, d.h. wir haben einen Baustein der heißt Portrait, einer heißt Reportage, einer Spezial, einer heißt »KIT Worte« und es gibt KIT Video. Wir können dann je nach Belieben und was wir machen wollen, die Bausteine so nehmen, wie wir wollen.“

Bei „KIT Worte“ wird beispielsweise von einem Lehrenden der Akademie der Bildenden Künste Wien ein Wort oder eine Wortketten von der Plattform „www.worte.at“ erklärt und definiert.

Neben den „Bausteinen“ erhält jede Sendung einen Titel, inhaltlich passend zu den Beiträgen:

Sendung 1 KIT – Kunst in Town

Sendung 26 KIT – kurzfristig irgendwo tachinieren

Miriam Raggam sagt im Interview:

*„Wir haben immer Untertitel, aus einem K, I, und T Wort, aus www.worte.at
Beispiele: Kaputt intakt total
Kanon interaktiver Transformationen
Kurz irgendwo tachinieren.“*

Jeder Baustein steht eigenständig für sich. Der Zusammenhang findet über die Moderation und den Titel der Sendung statt.

Der Trailer und die kurzen Zwischentrailer sind selbstständige Kurzfilme.

Ein schwebender Fernseher in einem leeren Raum, das Kabel in der Steckdose, wird angeschossen und verliert Milch.

Derselbe Fernseher wird beim nächsten Mal von einer anderen Perspektive gefilmt und mit Silvesterkracher beschossen.

Oder als weiterer kurzer Trailer, sind einfach zwei schwebende Stühle in einem leeren Raum zu sehen.

Die Darstellung der Trailer und kurzen Zwischentrailer ist einheitlich.

²⁰⁹ aus dem Englischen: Baustein

Grafische Effekte gibt es sowohl beim Trailer als auch innerhalb der Sendungen.

Der inhaltliche und formale Aufbau ist trotz aller Unterschiede direkt und einheitlich.

KIT ist eine Magazinsendung und fällt damit in den Bereich Unterhaltungsprogramm. Die Dramaturgie besteht aus dem einheitlichen Konzept von Moderation und Beitrag bzw. Baustein, mit Interview und Kurzfilmen. Einzelne Beiträge, wie der Kurzfilm „Life Circle“, sind narrativ und fiktiv.

Dadurch, dass es eine Kunstmagazinsendung ist und die Macherinnen gerne experimentieren, ist keine Sendung gleich. Die Ausstattung bei den Moderationen und Interviews ist so unterschiedlich und vielseitig wie die Moderationen und Interviews selbst.

Auch die Gesprächssituationen bei den Interviews sind sehr unterschiedlich.

Zentrale Figur gibt es keine, innerhalb der Sendung steht auch die Moderation nicht im Vordergrund.

Es gibt keine Experten, keine Wertung durch eine Jury und keine Kritik durch die Moderatorin.

Den Produzentinnen von KIT ist es ein Anliegen, mit Möglichkeiten zu experimentieren, die im öffentlich-rechtlichen Fernsehen niemals gezeigt werden.

Die sehr langsamen, fast grellen Weißblenden zwischen Moderation und den Beiträgen strahlen Ruhe aus, kein hektischer schneller Schnitt ist zu finden.

Die zwei von mir gesehenen Sendungen haben sehr unterschiedliche Formen der Moderation und können daher nicht verglichen werden. Der Inhalt der Moderationen ist informativ, ruhig und direkt. Die Zuseher werden begrüßt und die Beiträge werden eingeleitet und vorgestellt.

Das Ziel ist „junger Kunst“ eine mediale Plattform zu geben. Es werden Künstler vorgestellt, Galerien und Kunsträume präsentiert, Projekte und Kurzfilme gezeigt.

Die Lust der Sendungsmacher am Experiment wird sehr deutlich sichtbar. Das möchte ich hier mit einer Anekdote von Miriam Raggam aus dem Interview verdeutlichen.

„Ich war in Stuttgart und krank und es ist mir passiert, dass ich den Ton an der Kamera versehentlich ziemlich leise gestellt habe. Wir haben den Ton auch in der Postproduktion nicht viel lauter bekommen. Man hat viele Sachen einfach nicht gehört. Der Künstler war aus Sri Lanka und sein Englisch auch mit einem gewissen Akzent besetzt. Ups.

Dann haben wir uns gedacht, wir brauchen Untertitel, die Zeit war aber zu knapp. Deswegen haben wir angefangen, Schlagwörter, die man nicht verstanden hat, die aber ganz wichtig waren, einzublenden. Das hat sich dann durch die ganze Sendung gezogen und daraus ist eine ganz neue Sache entstanden. Wir haben das durch die Sendung gezogen und auch bei der Moderation ins Bild reingezeichnet. So ist es gekommen, obwohl, ursprünglich ein Fehler meinerseits.“

Judith Gruber sagt dazu:

„Obwohl keine Zeit war, haben wir dann die Nacht durchgearbeitet, weil es kompliziert war, die Zeichnungen und Animationen zu machen. Aber es hat uns gefallen und wir waren ganz begeistert davon. Das wäre beim öffentlich-rechtlichen, normalen Fernsehen nie möglich.“

An der Technik lässt sich erkennen, dass die Sendungsmacher bereits vor ihrer Arbeit an KIT Erfahrung mit Kamera, Schnitt und Animationen hatten. Sie können ihr Wissen von Beginn an einsetzen und damit spielen.

Das OKTO Studio wird nicht verwendet.

Verändert hat sich die Sendung insofern, da zu Beginn monatlich 27 Minuten ausgestrahlt wurden, seit 2007 nur noch alle zwei Monate. Aus Zeit- und Personalgründen haben sie reduziert, da zwei Frauen aus dem Team ins Ausland gegangen sind.

Sendung 1

Produktion: KIT

Erstausstrahlung auf Okto: November 2005

Dauer: 27 min.

Inhalt der Sendung

KIT Kunst in Town

0'00 **Trailer**

0'22 **Moderation:** Begrüßung, Vorstellung der Sendung.

1'33 **Kit Portrait Trailer:** Ein schwebender Fernseher

1'43 **Begrüßung** aus einem kleinen roten Auto,

2'18 **Beitrag:** Off Space Galerie Auto, Interview mit Gerald Grestenberger,

9'02 **Kit Reportage:** Trailer, schwebender Fernseher verliert Milch.

9'14 **Beitrag:** „Landart Projekt“ Momentkunst in der Sahara vom Textilinstitut der Akademie der Bildenden Künste

17'14 **Kit Trailer:** Schwebender Fernseher, wird von Silvesterkrachern beschossen.

17'21 **News:** Acht Kurzvorstellungen über Ausstellungen und Ausschreibungen

20'30 **Worte Kit:** Trailer

20'36 **„Anstrengung zur Provokation“** und „Performative Recherche“
www.worte.at

23'27 **Trailer:** leerer Raum

23'30 **Moderation:** Verabschiedung, Hinweis auf nächste Sendung am 27. 12. 2005 21Uhr,

23'59 **Kunstvideo** von Katharina Fiegl: „Eine Einstellung zur Arbeit“

26'57 **Abspann** zum Film

Bei der Anfangsmoderation steht Judith Gruber in einer gelben, viereckigen Holzkiste. Die Box reicht ihr bis zur Hüfte, die Wand im Hintergrund ist weiß, eine Tür ist sichtbar, eine gelbe Jacke hängt an der Wand. Sie spricht über das Ziel der Sendung, Reportagen, Interviews, Diskussionen, Videos und News, von und mit „junger“ Kunst.

KIT sieht sich als Display und Plattform für junge Kunstschaaffende.

Judith Gruber stellt die Beiträge dieser Sendung vor.

Danach steigt sie aus der gelben Holzkiste, nimmt die Jacke und geht durch die Türe hinaus.

Nach einem kurzen Zwischentrailer findet die nächste Moderation in einem Auto statt, Judith Gruber sitzt am Beifahrersitz. Das Auto ist vor dem Kunstraum „auto“ geparkt, sie stellt den Beitrag vor, dann steigt sie durch das Fenster aus und geht in die Galerie.

Aus dem Off wird ein Zitat von Roland Barthes über Autos in der heutigen Gesellschaft eingespielt.

Der erste Beitrag der Sendung berichtet über den Kunstraum „auto“. Der Gründer und Organisator Gerald Grestenberger stellt das Konzept und die Räumlichkeiten vor. Ihm ist die Bezeichnung Kunstraum wichtig, da es offener ist als eine Galerie: „auto“ als beweglicher Gegenstand, eine Atmosphäre zwischen privat und öffentlich. Während er spricht, werden die Räumlichkeiten, die aktuelle Ausstellung und die Auslage gezeigt.

Der Beitrag über das „Landart Projekt“ in der Sahara vom Textilinstitut der Akademie der Bildenden Künste Wien widmet sich der Reise und der dabei entstandenen künstlerischen Werke der Studierenden.

Judith Gruber moderiert vor Ort bei der abschließenden Ausstellung „Momentkunst in der Sahara“ in Wien.

Zu diesem Projekt entstand ein Film, produziert von a1Plus. Alle Wege der Gruppe wurden begleitet. Der Film „Spuren im Sand“ wurde im ZDF ausgestrahlt und das Material der KIT-Redaktion zur Verfügung gestellt.

In den Interviews sprechen sechs Studierende über ihre Arbeit. Drei Interviews wurden aus dem Off eingespielt und es sind nur ihre Arbeiten zu sehen.

Innerhalb des Beitrages wird zur Situation nach Wien geblickt. Es wird das Schließen der Studienrichtung Textiles Gestalten an der Akademie der bildenden Künste in Wien kritisiert. Am Ende des Beitrages sieht man Besucher und Künstler bei der Ausstellung „Momentkunst in der Sahara“, die anschließend an das Projekt in Wien stattgefunden hat.

Danach folgt ein direkter Übergang zu den Veranstaltungstipps, Ausstellungs- und Ausschreibungshinweisen. Diese werden mit Standbildern oder Filmausschnitten angekündigt. Datum, Orte und Website sind im Bild sichtbar, dazu kommentiert Judith Gruber weitere Informationen aus dem Off.

KIT Wortketten, wie zum Beispiel „anstrengung zur provokation“, „prominente provokateure“ und „performative recherche“ werden von Univ. Prof. Mag. Sabeth Buchmann definiert und erklärt. Sie sitzt in ihrem Büro neben einem Stapel Bücher, die Kamera ist fest fixiert und bewegt sich nicht, es gibt keine Schnitte. Als Frau Buchmann ein Beispiel für prominente Provokateure gibt, fehlt der Ton. Ich deute dies als absichtliche Provokation den Zusehern gegenüber.

Als Abschluss der Sendung folgt eine weitere Moderation, Judith Gruber ist in Nahaufnahme zu sehen, sie steht vor einer weißen Wand. Sie kündigt die nächste Sendung im Dezember 2005 an. Sie stellt das nun folgende Video vor und ruft die Zuseher auf, interessante Kunstvideos zu schicken. Passende Kurzfilme werden in der Sendung gerne ausgestrahlt. Das Bild ist geteilt: Während sie spricht, ist rechts der Abspann zu sehen.

Der Kunstkurzfilm „eine Einstellung zur Arbeit“ zeigt einen Geschirrspüler von innen. Die Kamera ist in der Bodenlade positioniert. Die Lade wird geschlossen, es wird dunkler, der Geschirrspüler wird eingeschaltet. Das Bild bleibt ohne Schnitt, Zoom oder Bewegungen. Das Wasser der Pumpe wird hörbar. Das Wasser fließt in den Spüler und über die Kamera. Es ist drei Minuten der Waschvorgang zu sehen.

Am Ende wird die Tür der Spülmaschine von außen geöffnet und die Lade mit der Kamera nach vorne gezogen. Katharina Fiegl, die den Kurzfilm produziert hat, ist Studentin der Akademie der Bildenden Künste.

Sendung 2:

Produktion: KIT

Erstausstrahlung auf Okto: Juni 2008

Dauer: 27 min.

Inhalt der Sendung

0'00 **Trailer:** „kurzfristig irgendwo tacinieren“

0'20 **Moderation**

1'24 **Trailer:** KIT Reportage, Milch läuft aus.

1'36 **Beitrag:** Veronika Barnas und Andrea Maria Krenn, Ausstellungsreihe „Unordnung“

12'02 **Moderation:** Vorstellung des nächsten Beitrages

13'06 **Trailer:** KIT Portrait

13'10 **Beitrag:** Malaka Dewapriya, Filmemacher aus Sri Lanka,

14'36 **Film „Life Circle“** von Malaka Dewapriya

20'06 **Interview:** Malaka Dewapriya spricht über den Film

21'18 **Moderation:** Überleitung zum letzten Filmbeitrag und Verabschiedung, Abspann

22'16 **Trailer:** KIT Raum

22'22 **Videoarbeit** von Ann Iren und Sonny Sanchey

Diese Sendung ist sehr schräg und verrückt gemacht. Die Anekdote von Miriam Raggam, siehe Seite xy, ist die Vorgeschichte dazu.

Zu Beginn der Moderation steht Judith Gruber im Sonnenschein auf einer Waldlichtung, grafische Muster und gezeichnete Tiere werden eingeblendet, im Hintergrund sind Vögel zu hören. Nach 30 Sekunden nimmt sie das Mikrofon, begrüßt die Zuseher und leitet den ersten Beitrag ein.

Dieser berichtet über zwei Künstlerinnen, die ein leerstehendes Marktgebäude am Genochmarkt, im 22. Wiener Gemeindebezirk wieder belebt haben.

Die Initiatorinnen von „unordnung“, Veronika Barnas und Andrea Maria Krenn, begrüßen die Zuseher am Genochmarkt. Ihre Moderationen im Beitrag wurden aus einer ganz steilen Vogelperspektive gefilmt. Die Frauen schauen dabei direkt in die Kamera. Sie erklären das Ziel dieser Ausstellungsreihe. Ihr Anliegen ist es, neue Perspektiven zu eröffnen und außerhalb bestehender Galerien zu agieren.

Die sieben Markthütten werden interdisziplinär von verschiedenen Künstlern bespielt.

Johanna Tinzi und Stefan Flunger, Markus Gradner und Stephan Uggowitzer, Veronika Schubert, Marlies Schläger stellen ihre Arbeiten und Projekte am Marktgebiet vor.

Es folgt ein Interview mit Helmut Preis, dem Initiator von der „Mission Ignition Kargan“ (MIK). In Zusammenarbeit mit ihm findet die Ausstellungsreihe „unordnung“ statt.

In Zwischenschnitten sind Kunstwerke, Videos und Performances sowie Atmosphäre und Besucher zu sehen.

Die nächste Moderation zeigt Judith Gruber auf einer Waldstrasse und dient als Einleitung zum nächsten Beitrag.

Grafische Einblendungen, gemalte Bäume, Blumen und eine Regenwolke werden eingespielt, das Kleid und die Stiefel der Moderation werden nachgezeichnet. Während dieser Pause von 45 Sekunden steht Judith Gruber etwas gelangweilt und wartend auf der Straße. Danach spricht sie weiter über den folgenden Beitrag.

Diese Szene ist ohne Schnitt, Zoom oder Kamerabewegung.

Der nächste Beitrag ist über Malaka Dewapriya aus Sri Lanka. Der Ton ist sehr schlecht. Mit Hilfe der grafischen Einblendungen werden die wichtigen Punkte des Interviews hervorgehoben. Der Künstler, Fotograf, Journalist und Filmemacher aus Sri Lanka, erzählt über seine Arbeit.

Danach wird der Film „Life Circle“ präsentiert, der eine Näherin an ihrer Fußbetriebenen Nähmaschine zeigt.

Der einzige hörbare Ton ist das laute Rattern der Nähmaschine. Zu sehen ist nur die Frau in ihrem Arbeitsraum beim Nähen von meterweise weißen Stoffbahnen. Im Schnitt dazu sieht man ihre Füße beim stetigen Antreiben der Maschine. Sie ermüdet, die Anstrengung der eintönigen Arbeit wird erkennbar. Der Schweiß steht auf ihrer Stirn, sie betreibt die Maschine immer langsamer, das Licht wird dunkler.

Plötzlich verschwindet die Frau, als wäre sie nach hinten in die Stoffbahnen gekippt. Die Nähmaschine näht alleine weiter.

Anschließend spricht der Künstler über seinen Film. Das Leben der Frauen, die in der Fabrik arbeiten, beschäftigt ihn seit früher Jugend. Weiters interessiert ihn, wie sich ein „Life Circle“ ändert, sobald die Frauen verheiratet sind, ob neue Probleme auftreten und ob sie glücklich sind.

In dieser Sendung sind alle Übergänge von Moderation zu Beitrag oder Trailer sehr experimentell gestaltet. Vor der Weißblende und dem Übergang zum Trailer wird das Bild wie von einem Bleistift bemalt, bis fast alles mit weißen Strichen „angekritzelt“ ist.

Judith Gruber liegt auf einer Parkbank in der Sonne.

Wieder sind Strichzeichnungen im Bild eingeblendet. Sie gähnt, nimmt einen Zettel aus der Tasche und leitet den abschließenden Beitrag aus Norwegen ein. Sie weist auf die nächste KIT Sendung hin, in der ein Beitrag über Künstlerinnen aus Stockholm gezeigt wird.

Nun folgt eine Videoarbeit von Ann Iren und Sonny Sanchey über Eindrücke aus Stockholm in den frühen, noch dunklen Morgenstunden. Der Ton besteht nur aus den Geräuschen dieser Atmosphäre, der Straßenverkehr ist hörbar. Das Bild teilt sich immer wieder und es wird mit Doublescreen parallel gearbeitet.

Schrifteinblendungen werden gezeigt, wie zum Beispiel „Tick“, „Tack“, „It’s colder than it looks“, „soon these lights wont be necessary any longer“, „they are just repeating themselves“ und dasselbe auf Schwedisch. Im Film wird kein Titel genannt und es gibt keinen Vor- oder Abspann.

4.7.1 Produktionsanalyse:

Die Sendung KIT unterscheidet sich von den zwei anderen in einem wichtigen Punkt: Die Produzentinnen sehen KIT als Teil ihrer künstlerischen Tätigkeit.

Das ist eine wichtige Voraussetzung und ein Umstand, der sich im Bereich des technischen Know-hows und den Formen der Herstellung bemerkbar macht. Als bildende Künstlerinnen der „jungen Kunst“ ist die Arbeit mit Video und Film für sie ein hauptberufliches Element. Dazu sagt Miriam Lausegger:

„Ich glaube schon, dass es ein Grund ist, warum wir noch immer Sendung machen, weil wir selbstständig arbeiten können und uns dadurch viel Zeit sparen. Wir konnten alle schon schneiden und kennen uns aus mit Videoschnitt, es war kein Zusatzaufwand, es zu lernen.“

Alle Formen der Herstellung werden bei KIT in einem künstlerischen Zusammenhang gesehen. Sie verwenden klassische Elemente einer Sendung, aber experimentieren und spielen dann damit, wie bei der Sendung Nr. 26 mit den Zeichnungen im Bild sichtbar ist. Ein Aufnahmefehler beim Ton, war Anlass, eine andere Lösung finden zu müssen.

Oder eine Moderation findet zu zweit statt, in Form eines Sprechchors.

„Judith Gruber:: Wir verstehen das nicht im herkömmlichen Sinne, wir wollten die Moderation selbst als künstlerisches Element verstehen, wo wir uns dann, weil wir ja auch alle Künstlerinnen sind, ausleben können. Wo wir uns Sachen überlegen können, wie letztens, wo wir gemeinsam im Sprechchor die Anmoderation gemacht haben.“

Das ist ein wichtiger Punkt, der weiters Einfluss auf die Form der Herstellung und Verteilung der personellen Kompetenzen hat.

Für die Arbeit an der Sendung KIT erhalten sie aber kein Honorar. Sie dürfen die Beiträge und Sendungszeiten nicht verkaufen. Für die Plattform KIT entsteht mit Hilfe ihres beruflichen Netzwerks aber eine breite Basis. Die Produzentinnen kennen viele Künstler und Kunstschaaffende, wodurch die Arbeit und vor allem die Recherche vereinfacht wird.

Das Ziel der Sendung ist die „junge Kunst“, wie Miriam Raggam im Interview betont:

„Wir zeigen »junge Kunst«, nicht sonderlich etablierte Kunst. Wir würden nicht in die Kunsthalle gehen und einen großen Künstler/in interviewen.

Wir haben sehr viele off Spaces gezeigt, verschiedene Künstler, Gruppen etc. Alles junge Kunst, nicht nur in Österreich. Wenn jemand von uns im Ausland ist, dann wird da meistens auch ein Bericht gezeigt.“

Judith Gruber erklärt im Interview, dass die Sendung aus Unzufriedenheit über den ORF entstanden ist. Als im öffentlich-rechtlichen Fernsehen das einzige Kunstmagazin „Kunststücke“ abgesetzt wurde, kam die Idee auf, eine eigene Sendung zu machen. Zeitgleich haben sie von OKTO gehört und ihr Konzept eingereicht.

Die Formen der Herstellung sind unterschiedlich. Momentan ist eine der fünf mitwirkenden Produzentinnen in Stockholm. Sie produziert nicht regelmäßig, schickt aber immer wieder einen Beitrag aus dem Norden.

Personelle Kompetenzen sehen bei KIT so aus, dass jeder alles kann.

Kamera, Schnitt, Redaktion usw. mussten sie zum Sendungsstart nicht lernen, sondern hatten bereits praktische Erfahrungen damit. Innerhalb der Sendung lassen sich unterschiedliche Handschriften erkennen, beginnend bei Videos aus dem Ausland, wie bei Moderation, Schnitt und Interviewführung. Miriam Lausegger erklärt ein Ziel der Sendung und verdeutlicht damit wieder den experimentellen Charakter.

„Je nachdem wer arbeitet und auch wen und was wir filmen, ist der Schnitt anders und verändert sich immer ganz stark. Je nachdem welche Ideen wir haben oder was dazu passt.

Uns ist auch wichtig, dass wir die Künstler selbst beeinflussen lassen, wenn sie das wollen.

Wir filmen die Arbeit, weil uns interessiert, was die oder der macht und fragen dann auch, wie sie es möchten. Dann kommen schon auch oft Ideen, wie zum Beispiel durchzufilmen ohne Schnitt, oder dass man nur die Hände sieht, die Sachen zeigen und erklären. Die Künstler können da sehr wohl auch das mitgestalten und eingreifen.“

Diese Idee ist erkennbar und passend zur Sendung. Der experimentelle Charakter beeindruckt durch außergewöhnliche Formen der Darstellung und Umsetzung.

Die Grafik und die Trailer wurden von zwei Studenten der Universität der Angewandten Künste gestaltet, die zu Beginn der Sendung geplant hatten, regelmäßig mitzuarbeiten, es aus Zeitgründen jedoch nicht schafften.

Organisatorische Strukturen werden erleichtert, da das Team auch beruflich zusammenarbeitet, in einem Gemeinschaftsatelier und Kunstraum, wo wir auch das Interview für diese Diplomarbeit geführt wurde.

Regelmäßige Finanzierung gibt es keine. Das KIT Team hatte aber bereits eine Förderung von der Österreichische Hochschülerschaft bekommen und eine Projektförderung in Form einer eigenen Kamera.

„ML: Wir haben die Kamera bekommen, durch die Projektförderung. Das war super, weil es ein großer Unterschied an Zeitaufwand ist. Einmal haben wir eine ÖH Förderung bekommen, damit konnten wir eine Festplatte kaufen. Zu Beginn war es gut, zum Einstieg, die Anschaffung eines Grundequipment um unabhängig von OKTO zu arbeiten.“

Durch den experimentellen und schrägen Charakter sticht die Sendung im OKTO Programm hervor. Es ist die Form der Gestaltung, weniger der Inhalt, die KIT einen außerwöhnlichen Touch gibt. Das ist auf den Background der fünf Sendungsmacherinnen zurückzuführen. Ihre Erfahrungen und ihre hauptberufliche Tätigkeit fließen absolut in die Sendung ein.

Sie kämpfen, wie alle anderen Programmmacher, mit Zeitdruck und der nicht vorhandenen Finanzierung.

Im vorletzten Kapitel werde ich die Ergebnisse der Produktionsanalyse nochmals verdeutlichen und gegenüberstellen.

4.8 Ergebnisse der Sendungen

Abschließend zu den Produktionsanalysen kann man sagen, so unterschiedlich die Umstände und Voraussetzungen auch sind, sie haben alle ein gemeinsames Ziel: Eine Sendung auf OKTO auszustrahlen. Die Herangehensweisen und Formen der Gestaltung sind wiederum sehr differenziert.

Birgit Denk geht sehr gelassen und entspannt an die Sendung heran, aber niemals gleichgültig.

AKKU schließt auf informative Weise eine Lücke und gibt Architektur eine Plattform im Fernsehen.

Die Produzenten von KIT sehen die Sendung als Teil ihrer künstlerischen Arbeit und experimentieren mit Freude.

Die Schlüsselfragen nach Voraussetzungen, Umstände und Ziele sind eindeutig.

Die Motivation der Sendungsmacher ist das Allerwichtigste.

Diese Grundvoraussetzung beeinflusst damit auch die Umstände und das Ziel, langjährig eine Sendung zu gestalten, da alle ihre Sendungen ehrenamtlich in der Freizeit machen.

Die Inhalte der Sendungen decken sich mit den hauptberuflichen Arbeitsfeldern der Produzenten.

Die Konzepte sind schlüssig, das thematische Gebiet und die Inhalte sind klar und deutlich und füllen eine Lücke, da diese Bereiche im öffentlich-rechtlichen und privat-wirtschaftlichen Fernsehen keinen Platz bekommen.

An den drei gezeigten Beispielen lässt sich erkennen, dass personelle Kompetenzen und Ressourcen nicht ausschlaggebend sind, eine Sendung regelmäßig zu gestalten.

Die Sendung „Aufdraht“ wird von 2 Frauen gestaltet. Das hat einerseits den Vorteil, spontan zu arbeiten, da für ein Treffen nur zwei Zeit haben müssen, andererseits kann die Arbeit nicht so einfach an andere weitergeleitet werden.

AKKU besteht aus einem elfköpfigen Redaktionsteam, hier ist die Koordination wichtig. Dafür sind die Aufgaben direkter verteilt.

Die KIT – Macherinnen sehen ihre Sendung als Verlängerung ihrer beruflichen Arbeit und stehen auch durch das Gemeinschaftsatelier in regelmäßigem Kontakt.

Die entstehenden Probleme sind bei allen drei Teams wieder identisch.

Eine finanzielle Unterstützung wünschen sich alle, ob in Form von Materialien wie DVDs, oder Kostenersatz für anfallende Fahrten oder durch Patronanzwerbung.

Der zeitliche Faktor spielt ebenso eine große Rolle und wäre einfacher, wenn neue Mitglieder zum Team stoßen würden.

Nichtsdestotrotz produzieren diese drei Teams seit über drei Jahren regelmäßig für Okto.

Wären sie nicht überzeugt von der Sendung, könnten sie sich nicht damit identifizieren, wäre die Lust und Motivation nicht mehr aufrecht und sie hätten das Team verlassen. Die gesamte Arbeit basiert auf freiwilliger Basis.

Der theoretische Zugang ist den Sendungsmachern bekannt, aber nicht entscheidend oder ausschlaggebend.

Die von mir gestellte Frage aus Brechts Radiotheorie *„es ist ohne Experimente einfach nicht möglich“*, trifft sehr passend zu. In Zusammenhang mit den Sendungsmachern und dem tatsächlich ausgestrahlten Programm.

Es sind Experimente, beginnende mit den ersten technischen Versuchen, wie Birgit Denk ihre erste Sendung selbstkritisch beschreibt.

Es sind mutige, erste Versuche, an denen niemand scheitert.

Zu erwähnen ist, dass es auch Produzenten bei OKTO gibt, die eine Sendung als berufliches Sprungbrett für eine mediale, journalistische Karriere sehen. Dieser Zugang steht hier nicht zur Diskussion, ist aber legitim. Birgit Denk ist selbst Musikerin, inhaltlich geht es in der Sendung jedoch nie um ihre Auftritte. Sie ist die Vermittlerin und zentrale Figur der Sendung.

Die Produzentinnen von KIT promoten sich nicht selbst innerhalb der Sendung, in deren Gestaltung verwirklichen sie aber ihre künstlerischen Ideen.

Das Team von AKKU hat diese Ansprüche weniger, da der Weg von der Architektur zum aktiven Filme- und Videomachen weiter ist.

Abschließend kann man sagen, die Sendung „Aufdraht“ ist am einheitlichsten: Wegen des gesamten Konzeptes, durch Birgit Denk als zentrale Figur, der Moderation und der Form der Darstellungen.

AKKU stellt eine Ausgewogenheit dar zwischen Information und Kultur. Das Konzept der Gestaltung ist locker, mit einer Brise Humor und Witz.

KIT ist sehr schräg, experimentell, kritisch und gewagt, sowohl in Inhalt als auch in der Form.

5 Resümee

Der Ausgangspunkt der vorliegenden Untersuchung war die Frage: „*Welche Darbietungen kommen da aus der offenen Sphäre?*“ Im Zuge der Arbeit hat sich erwiesen, dass die Beantwortung dieser Frage vom jeweiligen Kontext abhängt.

Die Sendungen müssen immer als Gesamtes gesehen werden.

OKTO offeriert den Gestaltern die strukturelle und technische Infrastruktur für vielfältige Möglichkeiten der Darbietung. Die ausgewählten Sendungen sind als Beispiele für diese Vielfalt zu betrachten. Diese reicht von informativen über experimentelle zu komödiantischen Sendungen. Es konnte mit der Auswahl von drei Beispielen also nur ein kleiner Teil des Programms erfasst werden.

Anhand der aufgezeigten Sendungen wird deutlich, dass es – wie Brecht sagt – „*ohne Experimente einfach nicht möglich ist*“. Die Produzenten strecken sich nach der Decke, aus personellen, zeitlichen und finanziellen Gründen.

Die Freude an der Arbeit, die Motivation und auch eine Portion Mut, die eigenen Ideen zu verwirklichen, sind bei dieser Form der Partizipation entscheidend. Erst in zweiter Linie kommt es auf die Ideen und den Inhalt an.

Die klassischen Kategorien „Konsument“ und „Produzent“ werden bei dieser Art der Programmgestaltung aufgebrochen, womit zumindest für einige Amateure der Weg vom Rezipienten zum Produzenten möglich geworden ist.

Die Umsetzung erfolgt jedoch nicht mehr im Sinne von Bertolt Brecht. Dieser hatte ein völlig anderes Verständnis davon, wie der Rundfunk als Kommunikationsapparat eingesetzt werden soll, und auch andere politische Ziele.

Brechts Theorie muss im Kontext der Weimarer Republik gesehen werden. Seine Versuche, der unterdrückten Klasse mit dem Rundfunk einen Nutzen

zu verschaffen, sind auf die heutigen gesellschaftlichen und politischen Verhältnisse nicht übertragbar.

Heute geht es um selbstverantwortliches Handeln. OKTO verfolgt damit ein pädagogisches Ziel, jedoch nicht für das Kollektiv, wie Brecht es wünschte. Eine Forderung aus Brechts Theorie ist bei OKTO jedoch verwirklicht: die Veränderung der Institution „Rundfunk“. OKTO zeigt, dass ein demokratischer Zugang zu Medien möglich ist, indem die Rezipienten auch Produzenten sein können.

OKTO kann als Vorzeigemodell für partizipative Mediengestaltung betrachtet werden. Dies konnte in der vorliegenden Arbeit verdeutlicht werden.

OKTO und die Sendungsmacher zeigen auf, dass Fernsehen nicht immer von Profis gestaltet werden muss, dass neue Themen und Darstellungsmöglichkeiten eine Erweiterung des gesellschaftlichen Horizonts bieten.

Es wäre interessant zu untersuchen, inwieweit politische, ethnische, religiöse oder sprachliche Minderheiten von den Angeboten durch OKTO profitieren.

OKTO bietet ein Programm, das durchaus auch einmal aneckt und die Konsumenten dazu ermuntert, den eigenen Horizont zu erweitern, neue Meinungen zuzulassen, neue Formen der Darbietungen zu akzeptieren.

Es ist eine Plattform für Individuen und Communities aller Art, ein Sprachrohr für alle, im Speziellen für Minderheiten.

Ich wünsche allen Sendungsmachern auf OKTO weiterhin viel Erfolg und Spaß an der Arbeit.

6 Bibliografie

- Adorno, Theodor W.: Kann das Publikum wollen?, S. 55-60 In: Katz, Anne Rose (Hrsg.), Vierzehn Mutmaßungen über das Fernsehen, Deutscher Taschenbuch Verlag, München, 1963
- Bickelmann, Karin; Sosalla, Werner: Medienkompetenz: Voraussetzung, Förderung, Handlungsschritte, Landesmedienanstalt Saarland (Hrsg.) Vistas, Berlin. In: Fürhapter, Helga: Die Entwicklung der Offenen Kanäle in Deutschland - Aufgabenstellung zwischen Medienpartizipation und Medienkompetenzvermittlung, Wien, Univ., Dipl.- Arb., 2003
- Boal, Augusto: Theater der Unterdrückten – Übungen und Spiele für Schauspieler und Nicht-Schauspieler, Edition Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1989
- Bogner, Alexander, Littig, Menz (Hrsg.): Das Experteninterview – Theorie, Methode, Anwendung, VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 2005

Bertolt Brecht:

- „Vorschläge für den Intendanten des Rundfunks“, S. 215-217, 1927
- (1927a) „Radio - eine vorsintflutlich Erfindung?“, S. 217-219, 1927
- (1927b) „Über Verwertung“, S. 219, 1927
- „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat“, S. 552-557, 1932
In: Hecht, Werner (Hrsg.); Knopf, Jan (Hrsg.): Bertolt Brecht Große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe; Band 21 – Bertolt Brecht – Schriften 1, Suhrkamp, Berlin - Weimar - Frankfurt/Main, 1992
- Bertolt Brecht: Erläuterungen zum »Ozeanflug«, S. 124-127, 1930, In: Gesammelte Werke 18; Schriften zur Literatur und Kunst I.; Suhrkamp, Frankfurt/Main, 1967
- Horst, Albrecht: Bürgerinitiativen und lokales Fernsehen in den USA. In: Medium Jg 1975 Heft 4, S. 32
- Brockhaus die Enzyklopädie in 24 Bänden, 20. Aufl., Band 16, F.A. Brockhaus Leipzig – Mannheim, 1998
- Brunner-Szabo, Eva: Video: Medium zwischen Kunst und Dokumentation, S. 127-137, In: Dorer, Johanna; Marschik; Glattau (Hrsg.) Medienverzeichnis – Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich, Verlag Turia & Kant, Wien, 1992

- Dahl, Peter: Radio - Sozialgeschichte des Rundfunks für Sender und Empfänger, Rowohlt taschenbuch Verlag GmbH, Reinbeck bei Hamburg, 1983
- Dorer, Johanna: "Es ist Zeit für einen Offenen Kanal Wien", S. 13, 2002, In: Schütz, Johannes (Hrsg.), Altendorf; Stachel: Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien. Im Auftrag des Presse- und Informationsdienstes der Stadt Wien, 2002
- Fabris, Hans Heinz: Journalismus und bürgernahe Medienarbeit - Formen und Bedingungen der Teilhabe an gesellschaftlicher Kommunikation, Verlag Wolfgang Neugebauer, Salzburg, 1979
- Fabris, Hans Heinz: Auswirkungen der Einführung Neuer Medien in Österreich - Bericht eines Forschungsauftrages, Bohmann, Wien, 1984
- Faulstich, Werner: Grundkurs Fernsehanalyse, Wilhelm Fink Verlag, Paderborn, 2008
- Fissal, Amira J.: Fernsehen als Kulturapparat, Wien, Univ., Dipl.-Arb., 1989
- Fürhapter, Helga: Die Entwicklung der Offenen Kanäle in Deutschland - Aufgabenstellung zwischen Medienpartizipation und Medienkompetenzvermittlung, Wien, Univ., Dipl.- Arb., 2003
- Glattau, Robert (Hg.): Medienverzeichnis 1992/93 - Gegenöffentlichkeit und Medieninitiativen in Österreich, Wien, 1992
- Groth Peter, Voigts Manfred: Die Entwicklung der Brechtschen Radiotheorie 1927-1932. - Dargestellt unter Benutzung zweier unbekannter Aufsätze Brecht, In: Fuegi, John, Grimm Reinhold, Hermand Jost: Brecht Jahrbuch 1976, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1976
- Göhre, Frank: Zur Hörspielarbeit mit Jugendlichen, S. 216-222 In: Schöning, Klaus (Hrsg.): Neues Hörspiel O-Ton – Der Konsument als Produzent, Versuche. Arbeitsberichte, Edition Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1974
- Häusermann, Jürg: Radio, Max Niemeyer Verlag, Tübingen, 1998

- Hueber, Peter; Mayr, Christian: Vom „offenen Kanal“ zur offenen Medienarbeit, S. 73-88 In: Fabris, Hans Heinz (Hrsg.); Hummel, Roman (Hrsg.); Luger, Kurt (Hrsg.): Schöne neue Welt der „Informationsgesellschaft?“ – Beiträge zur Auseinandersetzung um neue Medien und Informationstechnologie in Österreich, Österreichische Gesellschaft für Kommunikationsfragen, Wien/Salzburg, 1984
- Jungwirth, Christian; „Mediengeschichte Österreich Gründerwelle oder Konzentration?“ In: Zukunfts- und Kulturwerkstätte (Hrsg.); Friedrich Austerlitz-Institut für Journalistinnenausbildung (Hrsg.); „Heimat, bist du großer Medien? Journalist Lectures“ Wien, 2007. S. 19
- Kamp, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien: Offene Kanäle, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, S. 181-186, 1997 In: Fürhapter, Helga: Die Entwicklung der Offenen Kanäle in Deutschland - Aufgabenstellung zwischen Medienpartizipation und Medienkompetenzvermittlung, Wien, Univ., Dipl.- Arb., 2003
- Knopf, Jan: Bertolt Brecht - Leben, Werk, Wirkung, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 2006
- Koch, Hans Jürgen, Hermann Glaser: Ganz Ohr – Eine Kulturgeschichte des Radios in Deutschland, Böhlau Verlag Köln Weimar Wien, 2005
- Korte, Helmut: Filmanalyse, das CNfA-System und das Fernsehen oder: was ist Gegenstand der Fernsehwissenschaft? S. 204-218 In: Hickethier, Knut (Hrsg.): Aspekte der Fernsehanalyse - Methoden und Modelle, Lit Münster, 1994
- Knopf, Jan: Bertolt Brecht, Reclam, Stuttgart, 2000
- Lechenauer, Gerhard (Hg.): Alternative Medienarbeit mit Video und Film, Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, Reinbek bei Hamburg, 1979
- Müller, Klaus Detlef (Hrsg.), Joost; Voges: Bertolt Brecht, Epoche – Werk – Wirkung, Beck'sche Elementarbücher, München, 1985
- Neuroth, Simone: Augusto Boals „Theater der Unterdrückten“ in der pädagogischen Praxis, Deutscher Studien Verlag, Weinheim, 1994
- Oberösterreichische Landesgalerie & Stadtwerkstatt (Hrsg.) Stadtwerkstatt – in Arbeit 1979-1995 Alles was abgeht, Triton Verlag, Wien, 1995

- Oberreuter, Heinrich: Der Offene Kanal: Anwalt ohne Anmaßung, In: Das Parlament, 10/April 1982, In: Fürhapter, Helga: Die Entwicklung der Offenen Kanäle in Deutschland - Aufgabenstellung zwischen Medienpartizipation und Medienkompetenzvermittlung, Wien, Univ., Dipl.- Arb., 2003
- Reich, A. Christa: Nicht-Institutionalisierte Medienarbeit mit Video in Österreich – Eine Untersuchung der ästhetischen Strukturen beim Übergang von rezeptiver zu partizipativer bzw. aktiver Kultur, Dissertation, Universität Wien, 1985
- Rolli, Hans Wolfgang: Der offene Kanal als Bürgermedium – Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen, Gemeinschaftsverlag der Evangelischen Publizistik, Frankfurt/Main, 1981
- Rollka, Bodo: Bertolt Brecht, S. 287-308, In: Hay, Gerhard (Hrsg.), Literatur und Rundfunk 1923-1933, Verlag Dr. H. A. Gerstenberg, Hildesheim, 1975
- Rucht, Dieter: Öffentlichkeit als Mobilisierungsfaktor für soziale Bewegungen S.337-358 In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen 1994
Sonderheft 34/1994 Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie
- Schneider, N.: Partizipation durch Zuschauer – Ideologie oder Perspektive? In: Rolli, Hans Wolfgang: Der offene Kanal als Bürgermedium – Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen, Gemeinschaftsverlag der Evangelischen Publizistik, Frankfurt/Main, 1981
- Schütz, Johannes: Auf dem Weg zu einem neuen Mediengebrauch - Plädoyer für eine prozeßorientierte Konzeption der Medienpartizipation mit einer Dokumentation der offenen Kanäle in der Bundesrepublik Deutschland, Wien, Univ., Dipl.- Arb., 1992
- Schöning, Klaus (Hrsg.): Neues Hörspiel O-Ton – Der Konsument als Produzent, Versuche. Arbeitsberichte, Edition Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1974

- Schütz, Johannes: Erfahrungen mit offenen Fernsehprojekten, "Deutschland" S. 31-54, 2002
- Schütz, Johannes (2002a): Wesentliche Anliegen, S. 21-30, 2002,
- Schütz, Johannes (2002b): Zur Konzeption Offener Kanäle, S. 19-20, 2002,
- Schütz, Johannes (2002c): „Österreich“: Eine Vorgeschichte, S. 65-68, 2002,
In: Schütz, Johannes (Hrsg.), Altendorf; Stachel: Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien. Im Auftrag des Presse- und Informationsdienstes der Stadt Wien, 2002
- Stamm, Karl-Heinz : Alternative Öffentlichkeit - die Erfahrungsproduktion neuer sozialer Bewegungen, Campus-Verlag, Frankfurt, Main, 1988
- Vormweg, Heinrich: Zur Überprüfung der Radiotheorie und –praxis Bertolt Brechts, S. 177-189 In: Irmscher, Hans Dietrich (Hrsg.); Keller: Drama und Theater im 20. Jahrhundert, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, 1983
- Wrentschur, Michael: „Partizipation – Ein vielschichtiger Begriff“ In: Sozialpädagogische Impulse 1/2005
- Würffel, Stefan Bodo: Das deutsche Hörspiel, Metzler, Stuttgart, 1978

Linkverzeichnis

- <http://artikel5.de/>
- www.bok.de
- <http://homepage.univie.ac.at/Eva.Brunner-Szabo/ok.html>
- http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_des_H%C3%B6rfunks
- Deirdre, Kevin;Ader, Thorsten u.a.: Abschlussbericht der Studie „Die Information der Bürger in der EU: Pflichten der Medien und der Institutionen im Hinblick auf das Recht des Bürgers auf umfassende und objektive Information“ Verfasst vom Europäischen Medieninstitut im Auftrag des Europäischen Parlaments. Düsseldorf, 2004
<http://www.epra.org/content/english/press/papers/Die%20Information%20der%20B%FCrger%20in%20der%20EU%20FINAL.pdf#search=%22Kabelfernsehgesetz%202001%22>

- http://www.mediacultureonline.de/fileadmin/bibliothek/diller_rundfunk45/gez_rundfunkgeschichte_bis45.html
- <http://www.bok.de/doku/kamp00.pdf>
- http://www.unhcr.de/fileadmin/unhcr_data/pdfs/rechtsinformationen/International/Voelkerr_Dok/EMRK_Protokoll_Nr_1_4_6_u._7.pdf
- www.offener-kanal.at
- www.okto.tv
- www.openchannel.se/euro/index.htm
- <http://o94.at/info/ueber/>
- <http://www.rundfunk-nostalgie.de/radioino.html>
- http://tdu-wien.at/documents/Doku_MA50.pdf

7 Anhang

7.1 Richtlinien und Grundsätze von Okto²¹⁰

Präambel

Nichtkommerziell

Okto ist nichtkommerzielles Fernsehen, das sein Programm als Ergänzung zu den bestehenden Angeboten des öffentlich-rechtlichen und privatkommerziellen Fernsehens versteht. Okto sieht sich einem „öffentlichen Prinzip“ verpflichtet und wird dieses (im Unterschied zu bisherigen institutionellen Formen des öffentlich-rechtlichen Charakters elektronischer Medien) durch die Art seiner Programmerstellung und durch seine Programminhalte neu und konkret interpretieren.

Partizipativ

Okto ist als partizipatives Medium konzipiert. Es bietet interessierten und engagierten Menschen, die ihre Anliegen kommunizieren wollen, die Möglichkeit, dies zu tun. Dabei sollen vor allem Personen und Gruppierungen, die sonst kaum Beachtung finden und damit keine Chance auf Darstellung und Meinungsäußerung haben, eine Plattform für ihre Themen und Ausdrucksformen finden. Diese medial unterrepräsentierten und oft auch gesellschaftlich anderweitig diskriminierten Gruppen finden nicht automatisch den Weg zum Sender. Okto bekennt sich daher, vor allem im Bereich der Vergabe von Produktionsmitteln und der Unterstützung von Produktionsgruppen zu einer Politik der „affirmative action“. Diese sieht in der Bevorteilung von Minderheitenangehörigen einen sinnvollen und gangbaren Weg, um die Auswirkungen sowohl vergangener als auch gegenwärtiger Diskriminierungen wenigstens ansatzweise zu kompensieren.

Kultureller Faktor in der Stadtkommunikation

Das Programm von Okto soll das urbane Leben Wiens einfangen, darstellen, bearbeiten und zurückstrahlen. Das Programm von Okto, geschöpft aus den Beiträgen aktiver Gruppen und Personen, soll so ausfallen, dass es als aktiver und integrativer Faktor in der Mobilisierung der urbanen Kommunikation fungiert. Es soll vom Wiener Publikum als Referenz für die Diversität der Stadtkultur angenommen werden. Daher wird dem kulturell-künstlerischen wie auch dem kulturpolitischen Diskurs gerade dort, wo er ungewöhnliche Wege geht, ungewöhnliche Perspektiven aufwirft und

²¹⁰ Medieninhaberin von Okto ist die Community TV-GmbH (1040 Wien, Missindorfstraße 21). Stand: 28. November 2005

insoweit er die Identitätsentwicklung der Stadt darstellt oder tangiert, bewusst breiter Raum gegeben.

Qualitativ

Okto sieht es als eine wesentliche Verantwortung durch Schulungen, Austausch und Feedback der programmproduzierenden Gruppen untereinander dafür zu sorgen, dass die einzelnen Programme in der jeweils bestmöglichen Qualität erstellt werden. Programmstrukturierende Maßnahmen und eine differenzierte Öffentlichkeitsarbeit, in der die Besonderheiten des Projekts mit kommuniziert werden, sollen darüber hinaus für ein Angebot sorgen, in dem die Balance zwischen den Interessen der SeherInnen und denen der SendungsmacherInnen gewahrt bleibt. Denn nur ein Programm, das auch auf tatsächliches Interesse stößt, kann gewährleisten, dass die Anliegen der programmproduzierenden Gruppen auch tatsächlich wahr genommen werden.

Zivilgesellschaftlich

Als Komplementärmedium liegt eine der Kernaufgaben von Okto im Empowerment der verschiedenen zivilgesellschaftlichen Gruppierungen der Stadt. Durch die Schaffung neuer Diskursräume im Fernsehen fungiert das Projekt als wesentlicher Impulsgeber und Förderer des zivilgesellschaftlichen Diskurses in Wien. Das Wiener Community-Fernsehen Okto ist so ein Ort, an dem Kommunikation und Auseinandersetzung über verschiedenste gesellschaftlich relevante Themen und Bereiche produziert und veröffentlicht wird.

Verantwortungsbewußt

Okto ist sich der Verpflichtung bewusst, dass alle Programmelemente in Herausgeberverantwortung den gesetzlichen Rahmenbedingungen zu entsprechen haben und trägt dafür Sorge, dass sich alle ProgrammproduzentInnen zu den Richtlinien und Grundsätzen von Okto verpflichten.

1. ALLGEMEINE RICHTLINIEN

1.1 Programmauftrag

Okto möchte mit seinem Angebot die Medienkompetenz breiterer Bevölkerungsschichten erhöhen und sie zu einem kritischen Umgang mit Medien und ihren Inhalten anregen. Die Möglichkeit eigene Programme zu gestalten trägt darüber hinaus zur Integration bei und fördert das Demokratiebewußtsein.

Okto bekennt sich zu einem Kultur- und Bildungsauftrag und versteht diesen in zweifacher Hinsicht:

Einerseits ermöglicht es den ProduzentInnen aus den Communities durch die Bereitstellung von Infrastruktur und Schulungen die Produktion eigener,

selbst gewählter Programme und damit sowohl öffentliche Präsenz, als auch Erfahrungen im Umgang mit der Veröffentlichung ihrer Anliegen. Andererseits erlaubt die Nichtkommerzialität eine Programmierung, die sich nicht an Zwängen der Vermarktung orientieren muss und somit Themen wie Kunst, Kultur und Bildung, aber auch nichtdeutschsprachigen Inhalten breiten Raum geben kann. Das Programm versteht sich damit auch als komplementär zu den bestehenden Angeboten im Sektor elektronischer Medien.

1.2 Partizipative Programmproduktion

Ein wesentliches Grundprinzip der Programmproduktion ist die Partizipation durch offenen Zugang. Technische Innovation und Digitalisierung, sowie relativ günstiges Equipment ermöglichen mittlerweile auch Personen ohne professionelle Mittel und entsprechende Ausbildung die Umsetzung eigener Programmideen und Konzepte. Okto möchte möglichst viele Menschen ermutigen diese Mittel zu verwenden, mit ihnen zu experimentieren und ihre Möglichkeiten auszuloten. Besonders Personen, die in den elektronischen Medien unterrepräsentiert sind (z. B. ethnische, soziale, sprachliche, kulturelle und sexuelle Minderheiten) sollen angesprochen werden. Darüber hinaus sieht es das Projekt als seine Aufgabe möglichst gute strukturelle und organisatorische Voraussetzungen für die aktive Beteiligung eines breiten Spektrums lokaler Gruppen, Initiativen und Einzelpersonen zu schaffen. Diese werden durch Öffentlichkeitsarbeit über das Projekt informiert und zur Programmproduktion eingeladen.

Eine weitere wichtige Maßnahme zur Verankerung des Projektes in verschiedenen Communities ist die intensive Vernetzung mit anderen sozial, kulturell und zivilgesellschaftlich relevanten Vereinen, Initiativen und Einrichtungen.

1.3 Aus- und Weiterbildung

Zur Erreichung der jeweils bestmöglichen Qualität in der Programmproduktion organisiert Okto einen kontinuierlichen Schulungsbetrieb. Darüber hinaus wird versucht die Idee der Medienbildung für möglichst viele, durch Kooperationen mit anderen Anbietern der Vermittlung von operativer Medienkompetenz auf eine breite Basis zu stellen. Denn Okto versteht sich auch als Bildungseinrichtung.

Die Schulungen, die eine der Grundlagen für die qualitative Absicherung der partizipativen Programmproduktion bilden, verpflichten sich folgenden Zielen:

- Des Angebots kostengünstiger und niederschwellig zugänglicher Basistrainings, durch die technische und gestalterische Grundlagen des Fernsehens vermittelt werden.
- Der Entwicklung eines „hinausreichenden“ und zielgruppengerechten Schulungsbetriebs, um auch Personen und Gruppen zu erreichen, die den Weg zum Sender (noch) nicht gefunden haben.
- Der laufenden Evaluation und Weiterentwicklung der Angebote in enger Kooperation mit den ProgrammproduzentInnen.

- Der sorgfältigen Auswahl von ReferentInnen, die den spezifischen Anforderungen des Projekts sowohl in fachlicher Hinsicht als auch in Bezug auf ihre pädagogisch-didaktischen Fähigkeiten entsprechen müssen.
- Der Entwicklung von Kooperationsmodellen mit anderen Bildungsinstitutionen.
- Der MultiplikatorInnenbildung („train the trainer“).

1.4 Bereitstellung von Produktionsmitteln

Okto sorgt für die zur Herstellung und Verbreitung von Fernsehsendungen notwendige Produktions- und Sendeinfrastruktur und verpflichtet sich diese Produktionsmittel nach Möglichkeit zu optimieren. Den ProduzentInnen werden (nach der Absolvierung der entsprechenden Einschulungen) Kameras, Mikrofone, Lichtsets, non-lineare Schnittplätze und ein Liveproduktionsstudio zur Verfügung gestellt. Diese Ressourcen sollen vor allem jenen zu Gute kommen, die keinen Zugang zu anderen Produktionsinfrastrukturen haben. Dazu gehören vor allem Personen und Themen, die in den elektronischen Medien unterrepräsentiert sind.

1.5 Herstellung eigener Programmformate

Der Anspruch von Okto, ein Projekt mit möglichst hoher publizistischer Relevanz zu sein, manifestiert sich auch in dem Bemühen in enger Kooperation mit den ProgrammproduzentInnen geeignete Programmformate zur Präsentation der jeweiligen Inhalte zu entwickeln.

1.6 Unentgeltlichkeit

Okto stellt den ProgrammproduzentInnen keine finanziellen Mittel zur Verfügung.

1.6.1 Auftragsproduktionen

Ausgenommen davon sind Auftragsproduktionen, die nur von der Programmintendanz vergeben werden.

1.7. Programmgrundsätze

1.7.1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Alle Programmelemente müssen dem geltenden Recht entsprechen. Darüber hinaus sind rassistische, sexistische, faschistische, nationalistische und die Würde des Menschen verletzende Inhalte von der Programmgestaltung ausgeschlossen.

1.7.2 Nichtkommerzielle Ausrichtung

Eine wesentliche Grundvoraussetzung für die Verwirklichung des Programmauftrages ist die gemeinnützige, nicht gewinnorientierte Ausrichtung des Programms. Das bedeutet, dass die Ausrichtung des Programms nicht an einen Werbezeitenverkauf ausgerichtet wird und Sendezeiten nicht ausschließlich nach Zuschauerquoten vergeben werden.

1.7.3 Pluralität und Meinungsvielfalt

Okto ermutigt Produktionsgruppen sich als ExpertInnen ihrer jeweiligen Alltagskultur zu begreifen und subjektiv, authentisch und in die Tiefe gehend von dieser zu berichten. In der Programmgestaltung der programmproduzierenden Gruppen gilt so das Prinzip der Außenpluralität, dem zufolge die einzelnen Sendungen subjektive Standpunkte einnehmen können. In seiner Gesamtheit entspricht das Programm jedoch den Erfordernissen der inhaltlichen und formalen Meinungsvielfalt und Pluralität. Bildet sich in der Programmabfolge eine Tendenz zur Einseitigkeit heraus, so hat die Programmintendanz des Senders dafür Sorge zu tragen, im Sinne von Pluralität und Meinungsvielfalt ergänzende Gruppen und Sendungen in den Sendeplan aufzunehmen.

1.7.4 Werbefreies Programm

Alle Sendungen von Okto entsprechen dem Grundsatz des werbefreien Programms. D.h. Werbung für Produkte, Produktnamen, Dienstleistungen, Parteien oder wahlwerbende sowie mitgliederwerbende Gruppen ist unzulässig. Namensnennungen von Firmen oder bestimmten Produkten sind nach Möglichkeit zu vermeiden. Ausgenommen hiervon sind Fälle, die die Nennung oben genannter Namen inhaltlich unbedingt erfordern. Im Fall von Veranstaltungsankündigungen, Buch-, CD, oder Filmbesprechungen und Ähnlichem ist darauf zu achten, dass die Nennung Dritter mit kommerziellen Interessen möglichst knapp und auf die wesentlichen Daten beschränkt erfolgt.

1.7.4.1 Patronanzwerbung

Um programmproduzierenden Gruppen die Akquisition kleiner Produktionsbudgets zu ermöglichen lässt Okto eine klar definierte Form von Patronanzwerbung zu. Diese erlaubt die Nennung von Sponsoren einer Sendung mit einem Logo vor oder nach der Sendung. Dieses Logo muss ein Standbild sein und mit deutlich erkennbaren Elementen (z. B. durch Schwarzbilder) vom Rest der Sendung abgetrennt werden. Wenn diese Werbeform gewünscht wird, so ist dies in jedem Einzelfall mit der Geschäftsführung abzusprechen. Ein Anteil der Einnahmen aus Patronanzwerbung ist an Okto zu entrichten. Die Höhe dieses Anteils ist in der Nutzungsvereinbarung geregelt. Ausnahmen können nur für Programme aus dem internationalen Austausch gemacht werden, falls diese in ihren jeweiligen Produktionszusammenhängen anderen Regelungen unterliegen.

1.7.5 Meldepflicht für geförderte Programmprojekte

Projekte, die öffentliche Förderungen in Anspruch nehmen, müssen bekannt gegeben werden. Dazu genügt eine formlose Mitteilung an die Programmintendanz.

1.7.6 Genehmigungspflicht für entgeltlich produziertes Programm im Auftrag Dritter

Programme oder Programmteile, die entgeltlich im Auftrag Dritter (nicht im Auftrag von Okto) produziert werden, bedürfen der ausdrücklichen und

gesonderten Genehmigung durch die Programmintendanz. Dazu gehören Auftragsproduktionen, Öffentlichkeitsarbeit und PR - Aktivitäten von Dritten und den Vorhergenannten ähnliche Programme.

2. PROGRAMMRICHTLINIEN

2.1 Grundsätze für die Programmauswahl

2.1.1 Aufnahme von Sendungen

Die Aufnahme von Sendungen obliegt der Programmintendanz nach den Programmrichtlinien von Okto. Sowohl bei der Aufnahme neuer Sendungen als auch bei der Festlegung eines Sendeplatzes ist auf die Ausgewogenheit der Programmbereiche und die Pluralität des Gesamtprogramms Bedacht zu nehmen. Allfällige Ablehnungen von Sendungskonzepten oder Sendungen sind, wenn gefordert, zu begründen. Für eine Sendungsbewerbung ist die Vorlage eines Sendungskonzepts und die anschließende Erstellung einer Nullnummer notwendig.

2.1.2 Programmintendanz und Resonanzgruppe

Die Programmintendanz wird vom Vorstand des Vereins zur Gründung und zum Betrieb offener Fernsehkanäle in Wien bestellt. Sie wird in ihrer Funktion als Instanz der Aufnahme oder Ablehnung von Sendungen sowie in Hinblick auf die Ausgewogenheit des Programms bzw. der bewussten Bevorzugung der unter Punkt 1.2 (Partizipative Programmproduktion) erwähnten Gruppen von einer Resonanzgruppe unterstützt. Diese wird laut Geschäftsordnung vom HerausgeberInnenvorstands bestellt. Diese soll so zusammengesetzt sein, dass vor allem ethnische, soziale, sprachliche, kulturelle und sexuelle Minderheiten entsprechend repräsentiert sind. Die Resonanzgruppe, der Konsultationsfunktion zukommt, gibt sich selbst eine Geschäftsordnung, die zu veröffentlichen ist.

2.1.3 Auswahlverfahren

Vorgelegte Sendungskonzepte und vorproduzierte Sendungen (Nullnummer) werden von der Programmintendanz auf die Einhaltung der Programmrichtlinien und auf inhaltliche, technische und qualitative Kriterien geprüft.

Bei der Aufnahme von Sendungen können jene Gruppen bevorzugt werden, die dem Programmauftrag im besonderen entsprechen (unterrepräsentierte Gruppen und Themen) und zu einem insgesamt ausgewogenen Programm beitragen. Bei Vorlage gleicher oder ähnlicher Konzepte von zwei oder mehreren Gruppen ist von der Programmintendanz auf die Zusammenarbeit dieser Gruppen hinzuwirken. In Streitfällen kann die Resonanzgruppe beigezogen werden.

2.1.4 Nutzungsvereinbarung

Die Nutzungsvereinbarung ist ein Vertrag, durch den die ProgrammproduzentInnen die Verantwortung über die ihnen zuerkannte

Sendezeit übernehmen und sich zur Einhaltung der Programmrichtlinien und insbesondere der (medien)rechtlichen Bestimmungen verpflichten. Die Nutzungsvereinbarung wird nach der Aufnahme der Sendung laut 2.1.1. durch die Programmintendanz mittels gegenseitigem Vertrag mit einem Vertreter/einer Vertreterin der jeweiligen programmproduzierenden Gruppe, im folgenden sendungsverantwortliche ProgrammproduzentIn genannt, auf ein halbes Jahr befristet und bis auf Widerruf abgeschlossen. Bei Verstößen gegen die Vereinbarung oder bei Gefahr in Verzug kann Okto die Nutzungsvereinbarung kündigen. Für inhaltliche Beanstandungen gilt die Regelung unter 2.1.5.

2.1.5 Autonomie der RedakteurInnen

Sämtlichen programmgestaltenden MitarbeiterInnen wird bei der Ausübung aller ihrer programmproduzierenden Aufgaben Unabhängigkeit und Eigenverantwortlichkeit garantiert, wobei die redaktionell tätigen MitarbeiterInnen den besonderen Schutz des durch den in § 11 des Mediengesetzes vorgeschriebenen Redaktionsstatuts genießen.

2.1.6 Prinzip der Eigenverantwortlichkeit

Grundsätzlich gilt in Fragen der rechtlichen Haftung für Sendungsinhalte das Prinzip der Eigenverantwortlichkeit der ProgrammproduzentInnen. Der zwischen dem/der ProduzentIn und der Community TV-GmbH als Medieninhaberin von Okto abgeschlossene Vertrag (Nutzungsvereinbarung) hält zugunsten des autonomen Senderechtes des/der Produzentin die Medieninhaberin schad- und klaglos.

Die namentliche Kennzeichnung von Sendungsbeiträgen legt die UrheberInnenenschaft der in Eigenverantwortlichkeit gestalteten Sendungsinhalte offen.

2.1.7 Absetzung von Sendungen

Programme und Sendungen, die nicht gesetzeskonform sind, gegen die Programmrichtlinien verstoßen oder den qualitativen Anforderungen, wie sie im Konzept und in der Nullnummer definiert wurden, nicht entsprechen, werden abgesetzt.

Mit der Absetzung einer Sendung erlischt die Nutzungsvereinbarung zwischen Okto und dem/der sendungsverantwortlichen ProgrammproduzentIn unmittelbar.

2.2 Grundsätze für die Sendungsgestaltung

2.2.1 Verfassungs- und Gesetzeskonformität

Alle Programmelemente sind im Sinn der Verfassung und im Einklang mit der österreichischen Rechtsordnung zu gestalten. Die Ausübung des Rechtes auf freie Meinungsäußerung und Information ist nur insoweit beschränkt, als dies die Mediengesetzgebung oder andere gesetzlich relevante Bestimmungen vorsehen. Insbesondere zu beachten sind:

2.2.1.1 Schutz des Individuums

Bei der Programmgestaltung ist vor allem darauf zu achten, dass in jedem Fall die Würde des Menschen gewahrt bleibt, dass die Privatsphäre des einzelnen nicht verletzt und dass generell dem Gebot fairer Vorgangsweise entsprochen wird.

Heimliche Bild- und/oder Tonaufnahmen von Gesprächen und/oder Handlungen zwischen Dritten, die nicht zur Kenntnisnahme Außenstehender bestimmt sind und nicht öffentlich durchgeführt werden, sind unzulässig. Es ist auch unzulässig, die von einem/einer GesprächspartnerIn/Handelnden/Handelnder über sein/ihr Gespräch oder sein/ihr Tun mit einer Person oder mit mehreren Personen durchgeführte Bild- und/oder Tonaufnahme an diesem/dieser Gespräch/Handlung nicht beteiligten Personen bzw. der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, es sei denn, die am/an der Gespräch/Handlung Beteiligten hätten dem ausdrücklich zugestimmt. Wenn der/die GesprächspartnerIn/Handelnde eine Aufnahme ablehnt, ist bereits die Durchführung der Aufnahme unzulässig.

2.2.1.2 Gerichtsberichterstattung

Die Berichterstattung über gerichtliche Strafverfahren ist vor allem an das Gebot der Achtung der Menschenwürde aller Verfahrensbeteiligten (und deren Angehöriger) gebunden. Der/die Beschuldigte oder Angeklagte ist bis zur gerichtlichen Feststellung seiner/ihrer Schuld als unschuldig zu behandeln. Die Berichterstattung muss in einer getreuen Wiedergabe der Vorgänge im Verfahren bestehen.

2.2.1.3 Sachlichkeit

Die Berichterstattung, die Kommentierung von Bildern und die Sachanalyse dürfen nur fundierte und konkrete Angaben, die nicht auf Gerüchten und eigenen Spekulationen basieren, enthalten.

2.2.1.4 Quellenangaben

Quellen sind für alle Programmelemente ausnahmslos und ausdrücklich anzugeben. In allen Berichterstattungsfällen über Konfliktsituationen und Streitfragen im In- und Ausland sind die Quellen und die Angaben der beteiligten Seiten klar voneinander getrennt anzuführen.

2.2.1.5 Bearbeitung

Durch Kürzungen und Schnitte sowie andere gestalterische Mittel darf es zu keiner inhaltlichen Verzerrung oder Negation des Berichteten kommen. Die Gestaltung der Sendungen in technischer, inhaltlicher, formaler und sprachlicher Hinsicht hat bestmöglich zu erfolgen.

2.2.1.6 Meinungskommentare

Meinungskommentare sind Programmteile, die Äußerungen subjektiver und wertender Art enthalten. Von dem/der KommentatorIn wird dennoch

ausdrücklich erwartet, dass er/sie sich seine/ihre Meinung aufgrund zuverlässiger Quellen und Informationen bildet, mit möglichst stichhaltigen Argumenten begründet und in fachlich qualifizierter Weise darlegt. Der/die MeinungskommentatorIn ist während der Sendung direkt vor dem Meinungskommentar oder an anderer Stelle namentlich zu benennen. Jedenfalls sind Meinungskommentare von der Berichterstattung zu trennen.

2.3 Grundsätze für die publizistische Arbeit

Die ProgrammproduzentInnen bei Okto sind verpflichtet, den Ehrenkodex für die österreichische Presse zu beachten. (siehe: http://www.journalisten.mediaweb.at/recht/presserat_ehrenkodex.html). Personen ohne Internetzugang können bei Okto einen Ausdruck erhalten.

2.4. Urheberrechtsbestimmungen

Diese Richtlinien dienen der Klärung der Verwertungsrechte, die Okto an den Produktionen hat, die bei ihm produziert bzw. gesendet werden und welche Rechte bei den ProduzentInnen verbleiben.

2.4.1 Verwertungsrechte an Sendungen: Begriffsklärung

Zum Oberbegriff „Verwertungsrechte“ zählen laut Urheberrecht (§ 14 UrhG) insbesondere das

- Vervielfältigungsrecht (§ 15),
- Verbreitungsrecht (§ 16),
- Senderecht (§ 17),
- Vortrags-, Aufführungs- und Vorführungsrecht (§ 18)
- sowie die Zurverfügungstellung zum interaktiven Abruf (§ 18a).

2.4.2. Creative-Commons-Lizenzen

Wenn ein/e ProduzentIn eine Sendung unter eine der unten genannten „Creative-Commons- Lizenzen“ stellt, so beansprucht Okto keine exklusiven Verwertungsrechte für die jeweilige Sendung. Dabei ist unerheblich, ob die Sendung mit Ressourcen von Okto oder ausschließlich extern produziert wurde. Es kann aus einer der folgenden Lizenzen ausgewählt werden:

- a) „Namensnennung - Nicht-kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 2.0“: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.0/at/legalcode>
- b) „Namensnennung - Nicht-kommerziell - Keine Bearbeitung 2.0“: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/at/legalcode>

Beide Lizenzen erlauben unter anderem die Verwertung (siehe 2.4.1) der Sendungen durch Okto oder Dritte bei Namensnennung des/der ProduzentIn, sofern sie auf nichtkommerzieller Basis erfolgt. Die erste hier genannte Lizenz erlaubt zudem die Veränderung (beispielsweise

ausschnittweise Verwendung oder Übersetzung) von Programmen, wenn das entstehende Produkt wieder unter der gleichen Lizenz angeboten wird, die zweite genannte Lizenz erlaubt diese Veränderung nicht.

2.4.2.1 Sorgfaltspflicht im Umgang mit der Creative-Commons-Lizenz

Wenn ein/e ProduzentIn sich für die Verwendung einer Creative-Commons-Lizenz entscheidet, so hat er/sie selbst dafür Sorge zu tragen, dass keine Rechte Dritter verletzt werden, insbesondere was die Verwendung von Musik, Filmausschnitten oder die Autorisierung von Interviews betrifft. Wenn der/die ProduzentIn nicht im Besitz sämtlicher Urheberrechte an einer Sendung ist, so kann die Creative-Commons-Lizenz nicht angewendet werden und es kommen die unter 2.4.3 bzw. 2.4.4 beschriebenen Regelungen zum Einsatz.

2.4.2.2 Ungültigkeit der Creative-Commons-Lizenz

Wenn die Creative Commons Lizenz für eine Sendung ungerechtfertigterweise angewendet wurde (etwa weil Drittrechte berührt sind), so gelten für die jeweilige Sendung die unter 2.4.3 bzw. 2.4.4 beschriebenen Regelungen.

2.4.3 Verwertungsrechte für Sendungen die mit Produktionsmitteln des Okto hergestellt wurden

Für Sendungen, die (komplett oder auch nur teilweise) mit Ressourcen von Okto produziert wurden, stellt der/die verantwortliche SendungsproduzentIn die Verwertungsrechte uneingeschränkt und zeitlich unbeschränkt Okto zur Verfügung. Der/Die verantwortliche ProduzentIn verpflichtet sich, die Verwertungsrechte *im ersten Monat nach Erstaussstrahlung exklusiv* an Okto zu übertragen, sie nicht an Dritte weiterzugeben und die Sendung auch nicht unter eigener Herausgeberschaft zu verwerten.

Eine auf Initiative der ProgrammproduzentInnen zustande kommende Ausstrahlung bzw. Vorführung der hier beschriebenen Sendungen in anderen Sendern oder Distributionswegen als jenen von Okto *innerhalb des ersten Monats nach Erstaussstrahlung* bedarf der Vereinbarung mit der Programmintendanz, egal ob es sich um kommerzielle oder nichtkommerzielle Verwertung handelt.

Einen Monat nach der Erstaussstrahlung kann der/die verantwortliche ProduzentIn Verwertungsrechte auch Dritten einräumen oder die Sendung unter eigener Herausgeberschaft (auch kommerziell) verwerten. Die Sendung ist bei Verwertung außerhalb von Okto mit dem Hinweis zu versehen, dass sie unter Verwendung von Ressourcen von Okto produziert wurde.

2.4.4 Verwertungsrechte wenn keine Produktionsmittel von Okto verwendet wurden

Für Sendungen, die von ProgrammproduzentInnen ausschließlich mit deren eigenen Ressourcen produziert werden und als fertige Sendung für die Ausstrahlung zur Verfügung gestellt werden, stellt der/die verantwortliche ProduzentIn Okto uneingeschränkt und zeitlich unbeschränkt das

Senderecht im Hauptkanal zur Verfügung. Ein exklusiver Anspruch auf diese Verwertungsrechte wird von Okto nicht erhoben.

2.4.5 Übernahmen von Sendungen Dritter durch ProduzentInnen bei Okto

Die Übernahme von Beiträgen anderer FernsehbetreiberInnen und VideoproduzentInnen – auch auszugsweise – in die für die Ausstrahlung auf Okto produzierten Sendungen bedürfen der ausdrücklichen Zustimmung durch die Programmintendanz. Ausgenommen sind Beiträge und Sendungen, die unter einer für Österreich gültigen Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht wurden, oder deren Verwertungsrechte für Österreich eindeutig generell freigegeben sind. Die Übernahme und Verwertung solcher Sendungen und Sendungselemente hat im Einklang mit den für diese geltenden Lizenzbestimmungen und Verwertungsrechten zu erfolgen, vor allem im Hinblick auf mögliche Veränderungen des Programms (z.B. Creative Commons „Share Alike“) bzw. die dafür notwendige Rücksprache bei dem/der UrheberIn. Es darf in keinerlei Rechte Dritter eingegriffen werden, Okto ist insoweit schad- und klaglos zu halten. Beiträge und Sendungen, die in eine Sendung übernommen werden, sind von den verantwortlichen ProgrammproduzentInnen in jedem Fall daraufhin zu prüfen, ob sie den Programmrichtlinien von Okto entsprechen.

2.4.6 Verwertungsrechte für die Sendungsvorschau

Die ProduzentInnen erklären sich (in der Sendungsvereinbarung) bereit, für Programmserien, die mindestens alle 8 Wochen gesendet werden, sowie für Themenabende eine Sendungsvorschau (Trailer) zu erstellen. Die Sendungsvorschau ist so zu produzieren, dass sie in keinerlei Rechte Dritter eingreift. Für jede Sendungsvorschau überträgt der/die ProduzentIn die Verwertungsrechte zeitlich unbeschränkt an Okto. Auch erklärt sich der/die ProduzentIn einverstanden, dass Okto ohne Rücksprache Veränderungen an der Sendungsvorschau vornehmen kann, z.B. zur Anpassung an neue Sendezeiten, und dass Okto die Sendungsvorschau auch gekürzt senden darf.

7.2 Gesprächsleitfaden

- 1.) Bereich der Sendungsmacher
 - Wie funktioniert die Einrichtung (Verein, Organisation, personelle Kompetenzen)
 - Welche Aufgaben, Schwerpunkte habt ihr?
 - Seid ihr auch außerhalb von Okto tätig?
 - Wie gestaltet sich die Struktur der Einrichtung?
 - Wer sind die Mitglieder?
 - Entwicklungen, Veränderungen über die Jahre?
- 2.) Die Sendung
 - Beschreibung der Sendung.
 - Welches Genre/Format produziert ihr?
 - Habt ihr ein spezielles Stilmerkmal?
 - Euer Ziel? Was möchtet ihr vermitteln und zeigen?
 - Welche Rolle spielt die Technik?
 - Programmplatz?
- 3.) Die Situation als Produzent
 - Wie ist die Szene? Welche Möglichkeiten gibt es neben Okto?
 - Gibt es eine finanzielle Förderung?
 - Was hat sich in den letzten drei Jahren an der Sendung verändert?
- 4.) Der Produktionsprozess
 - Wie wird produziert? Der Weg von der Idee zur Sendung.
 - Wie viele Menschen sind daran beteiligt?
 - Unterstützung, Hilfe von Okto?
 - Konzept?
- 5.) Die Distribution, die Verwertung
 - Gibt es eine Veröffentlichung abseits von Okto?
 - Gibt es eine Homepage?
 - Screening?
 - Veröffentlichung des Materials im Internet, z.B. YouTube?
- 6.) Das Publikum
 - Wer ist die Zielgruppe?
 - Wer ist das Publikum?
 - Gibt es Feedback, Kontakt zu den „Sehern“?
 - Was wünschen sich die Sendungsmacher?
- 7.) Frage der Beteiligung, der Demokratisierung
 - Wo wurde vor Okto produziert?
 - Welche Veränderung fand durch Okto statt?

- Kann man von einer Demokratisierung der Produzenten oder der Medienlandschaft durch Okto sprechen?
- Hattet ihr bereits Erfahrung in der aktiven Mediengestaltung?
- Seht ihr durch Okto die Möglichkeit eine größere Öffentlichkeit zu erreichen?
- Habt ihr euch mit der Idee von Okto und mit theoretischen Zugängen auseinander gesetzt?
- Habt ihr Kontakt zu anderen Sendungsteams?
- Wie sind eure Pläne für die Zukunft?
- Was wünscht ihr euch für die Zukunft von Okto?

7.2.1 Gesprächsnotizen Aufdraht

Interview mit Birgit Denk am 20. Oktober 2008

- Wie funktioniert die Einrichtung (Verein, Organisation, personelle Kompetenzen)

Die Sendung funktioniert so, dass zwei Privatpersonen sich zusammengefunden haben um eine Sendung zu machen. Wir haben keinen Verein, wir haben keine Organisation im Hintergrund, es gibt keine Ansammlung von Menschen die irgendwie organisiert sind. Dies hätte einen offiziellen Charakter. Es ist aber eine komplette Privatinitiative von 2 jungen Damen. Das sind ich und die Petra Geringer, eine Freundin von mir.

- Welche Aufgaben, Schwerpunkte habt ihr, was ist euer Ziel?

Unser Ziel war es, U-Musik, die in Wien stattfindet, den Leuten in Wien via Fernsehen nahe zu bringen. Hauptsächlich durch Live-Berichterstattung von Konzerten. Auch mit dem Hintergrund, sie ein bißchen Neugierig zu machen auf Lokalitäten, die sie möglicherweise noch nicht kennen. Den Bands und den Veranstaltern wiederum geben wir eine Plattform um sich zu präsentieren. Mit

den Produkten die sie haben oder mit den Veranstaltungen die sie machen.

- Wie kommt ihr zu den Infos für die Sendungen?

Fast ausschließlich durch Eigenrecherche im Internet oder ich werde von Bands oder Veranstaltern angesprochen, die etwas promoten wollen oder ich komm selber auf irgendetwas drauf. Meistens durch „Internet Herumsuchereien“, z.B. klassischen myspace-Geschichten, aber auch durch Besuche auf Homepages von Veranstaltern. Wenn ich in Lokalen noch nie war, dann nehme ich Kontakt auf, meist per Mail, oder ich recherchiere im Netz über Hintergründe, Musikbeispiele usw.

- Auch außerhalb von Okto tätig?

Wir sind zwei gute alte Freundinnen die gemeinsam auf Urlaub fahren und am Abend auf ein Bier gehen. Die Okto Geschichte haben wir so aufgeteilt, dass Petra die technische Seite mit filmen abdeckt und ich die Musikseite mit den Recherchen. Petra hat das Studium der Theaterwissenschaft und Publizistik abgebrochen und ich komme aus dem

Musikbereich da hat sich die Aufteilung so ergeben.

- Wie gestaltet sich die Struktur der Einrichtung?

Wir haben keine Struktur. Wir sind zwei komplett spontane Frauen, die nur soviel Struktur nur so haben, dass ich mich hinsetzte und mir im Vorblick auf die nächsten drei Monate überlege was wir machen werden, was interessant wäre und schlage das dann per Mail und Linkverweisen auf Internetseiten Petra vor, sodass sie sich einhören kann ob sie das auch interessiert. Ich schleppe sie nicht mit der Kamera wohin, wo sie zwei Stunden filmen muss obwohl sie das Konzert furchtbar findet. Dann tauschen wir uns aus was interessant ist und den Rest übernehme dann wieder ich, also die Drehgenehmigungen und die Kontakte mit den Bands. Ich nehme ihr da sehr viel ab, da sie voll berufstätig ist und Alleinerzieherin. Wir treffen uns, nachdem eine von uns die Kamera abgeholt hat, am Drehort. Meistens machen wir es so, dass ich die Kamera dann wieder zurückbringe. Wir teilen uns den Schnitt meistens, da wir immer zwei Beiträge haben. Einen Beitrag schneidet Petra und einen Beitrag ich und ich setz dann die zwei Bausteine zusammen zur Sendung. So passiert es meistens. Hin und wieder kann es auch vorkommen, dass Petra einen Monat gar keine Zeit, da gibt es dann zwei bis drei Ersatzkameraleute auf die ich zurückgreife und die ich anfrage, ob sie so lieb sind und für uns filmen. Und wenn ganz große Geschichten passieren, wie z.B. im Gasometer, da komme ich mit einer Kamera nicht aus, da würden wir wahnsinnig, dann schaue ich, dass wir zwei Kameras haben Das ist dann das Große Uhhh....

- Wer sind die Mitglieder?

Frau Petra Geringer und mein Name ist Birgit Denk. Wir zwei machen hauptsächlich die Sendung Aufdraht, für die wir auch sendeverantwortlich sind.

- Entwicklungen, Veränderungen über die Jahre?

Wir hatten am Anfang die Idee auch Live-Gäste im Studio von Okto zu empfangen. Interviews zu Alben die erscheinen werden zu machen, also den Schwerpunkt nicht nur auf Live Konzerte zu legen, sondern auch auf Produkte die rauskommen. Der Zeitaufwand dafür ist aber so groß gewesen, dass wir gesagt haben das rentiert sich überhaupt nicht. Die Anfragen für Live-Besuche, die sich meist mit einer CD Präsentation verbinden waren außerdem so groß, dass wir gesagt haben es wäre schade diese Dinge zu beschränken und so sind wir eigentlich von diesen Interview-Geschichten ziemlich abgekommen.

Das machen wir nur ganz selten wenn es uns sehr wichtig ist und wir das unbedingt präsentieren möchten obwohl es kein Live-Konzert gibt wo wir Interviews machen könnten. Ich glaube es war in den letzten drei Jahren zweimal der Fall, dass wir in einem Cafehaus ein Interview gefilmt und dann noch die CD dazu eingespielt haben. Es ist ein großer Unterschied, zwischen dem was wir am Anfang wollten und dem wie es jetzt ist. Was sich auch stark geändert hat ist, dass wir am Anfang noch den Energie hatten ein komplettes Konzert mitzuschneiden. Wir sind auch wirklich brav dort geblieben, 1,5 Stunden, aber es hat sich dann schnell herausgestellt, dass das Schneiden und Einspielen des Materials zu viel Zeit in Anspruch genommen hätte. Heute machen wir das nur dann wenn der Konzertveranstalter oder die Band das wollen. Die bestechen uns dann mit Freigetränken und Essen und bezahlen das Band. Sonst schauen wir, dass wir das eher kurz halten, weil bei der Postproduktion klar wurde, je weniger Material ich habe, umso weniger habe ich zum schneiden.

-D.h. du moderierst die Sendung und im Studio dreht ihr nicht mehr?

Im Studio drehen wir gar nicht mehr, was sich auch aus Petra's Terminen so entwickelt hat. Wir drehen ca zwei Abende im Monat und da drehen wir auch die Moderation und die Zwischenmoderation. Wenn die Bilder sehr ähnlich sind, dann versuchen wir

die Moderation wo anders zu drehen. Das machen wir meistens wenn wir uns zur Postproduktion, zum Schneiden treffen. Bei mir daheim, bei ihr daheim oder auf der Strasse wird schnell die Moderationen gedreht, dass das Auge etwas Abwechslung bekommt.

- Beschreibung der Sendung.

Für mich ist es eine eindeutige Musiksendung mit ganz starkem Wienbezug. Was sich in den Themen die wir aussuchen widerspiegelt, was sich in den Örtlichkeiten wo wir drehen widerspiegelt und was sich an meiner Sprache widerspiegelt. Ich rede absichtlich im Dialekt, also quasi konzeptionell, auch um einem Lokalkolorit absichtlich Platz zu geben. Einmal im Monat 27 Minuten lang.

- Habt ihr ein spezielles Stilmerkmal?

Eines der Stilmerkmale ist, dass wir versuchen ein Konzert so zu zeigen, wie ein Konzert ist. Wir versuchen als Stilmerkmal nicht drei Milliarden Schnitte dazwischen zu schneiden, weil die der Konzertbesucher, wenn er dort steht, auch nicht hat, der schaut ja auch nicht ständig in der Gegend herum und sieht die Show aus verschiedenen Blickwinkeln. Wir versuchen absichtlich das Konzert so wiederzugeben wie es wirklich war. D.h. ich will nicht die Passagen raussuchen wo die Band am falschesten gesungen und am schlechtesten gespielt hat, ich versuche die Band so gut als möglich darzustellen, im besten Licht, auch wenn sie mir nicht so gut gefallen hat oder ich kein Fan davon bin. Ich versuche allen eher zu schmeicheln als sie irgendwie schlecht darstellen zu lassen, das mache ich auch bei den Interviews.

Ich hacke absichtlich nicht ein, bei Dingen die ich blöd finde, sondern versuche wirklich ihnen sehr neutral einen Platz zu geben und sie ein bisschen durchzuführen.

Das Stilmittel ist also es erdig und direkt sein zu lassen, so wie es ist.

Bei den Schnitten ist es mir ein Anliegen, weil ich selber Musikerin bin, und ich bei den wenigen Musiksendungen, die es auf anderen

Fernsehsendern gibt, einen Ausschlag bekomme, wenn nicht lippensynchron geschnitten ist, nicht musikmäßig geschnitten ist. D.h. wenn der Schlagzeuger auf die Snare draufhaut, dann muss ich eine Snare hören und kein Becken. Ich schneide so, dass es immer hundertprozentig passt. Ich mach lieber keinen Schnitt, wenn ich kein Bild dazu habe und habe lieber zwei Minuten ein fixes Standbild als dass ich einen Schnitt setzte der nicht stimmt.

Ich versuche ein Statement zu setzen, dass es wichtig ist musikalische und nicht „fizi fazi“ Schnitte zu machen, die nicht stimmen.

- Wenn du moderierst, sieht man dich im Bild?

Ja, auch das ist absichtlich. Ich begrüße die Menschen am Anfang der Sendung und sag ihnen was passiert und ich sag ihnen in der Mitte wie es weitergeht und verabschiede sie am Schluss wie es bei einem normalen Gespräch auch der Fall wäre. Wenn ich Interviews mache mit den Bands bin ich auch absichtlich mit im Bild. Ich frage nicht aus dem OFF sondern bin ständig da. Unser Programm ist sehr vielfältig, über die verschiedensten Musikstil. Ich glaube, dass die Sendung eine Identitätsperson braucht, damit man weiß, ah, das ist die Sendung und diese Person bin ich. Deshalb sieht man mich. Außerdem hab ich herausgefunden, dass für viele Bands, die nicht viel Interviewerfahrung haben und das sind viele Bands bei uns, es wesentlich leichter ist Interviews zu geben, wenn sie in „Aug-in-Aug“ Gesprächen geführt werden und wenn ich mit ihnen gemeinsam vor der Kamera sitze. Das ist eine Erleichterung für die Bands und den Interviewfluss.

-Euer Ziel? Was möchtet ihr vermitteln und zeigen?

Es macht Spaß in Wien auf Konzerte zu gehen. Ich darf ich mich in Lokale trauen, die außen ganz gruselig aussehen aber drinnen ist alles ganz ok und damit kann ich Gusto machen auf Musik, die in Wien passiert. Die ist sehr

vielfältig, es gibt viele Bands die hier spielen und nicht nur im Radio.

Du drehst nur in Wien?

Wir waren zwei- bis dreimal in Niederösterreich, da die Bands unbedingt wollten, dass wir drehen aber nicht in Wien gespielt haben. Das halte ich aber eher im kleineren Rahmen. Wien hat ein so vielfältiges Programmangebot, wir machen die Sendung seit drei Jahren und ich war noch immer nicht überall. Es gibt aber auch Wiederholungen, ich war z.B. schon zweimal im B72.

Nächsten Monat drehe ich zum ersten Mal im „Porgy und Bess“.

Vor kurzem haben wir zum ersten Mal gedreht im „Gasometer“. Es passiert so viel in Wien, dass ich lieber dem nachgehe, aber natürlich haben wir auch schon in Niederösterreich gedreht, obwohl ich das eher selten machen möchte.

- Welche Rolle spielt die Technik, Equipment?

Wir borgen uns von Okto sowohl Kamera als auch Licht, Stativ und Schnittplatz. Wir schneiden zwar auch zuhause, aber die Zusammensetzung der Bausteine passiert dann im Okto-Studio.

Das Equipment ist für uns ganz wichtig, sonst könnten wir die Sendung nicht drehen.

Kleine Anekdote: wir borgen uns absichtlich immer die größte Kamera, ich habe keine Ahnung ob die besser ist als die Kleine und es ist mir auch egal, es geht nur darum, dass wir bemerkt werden. Als wir uns am Anfang noch bemerkbar machen mussten um bei dem Tontechniker Vorort mehr Respekt und auch einen besseren Ton zu bekommen war dies so viel einfacher als wenn wir mit einer Zwergenkamera angetanzt wären. Das ist sehr wichtig, klingt zwar sehr blöd, ist aber genauso.

Programmplatz?

Wir haben eine fixen Programmplatz. Alle 4 Wochen am Freitag um 21:30 ist Erstaussstrahlung, wie das dann wiederholt wird hab ich in meinem

Leben noch nicht verstanden, ist mir aber auch egal. Die Bands die wissen wollen wann die Sendung wiederholt wird, die verweise ich auf die Okto Seite. Was noch fix ist, wir sind eigentlich immer nach „Mulatschak“.

Wie ist die Szene? Welche Möglichkeiten gibt es neben Okto?

Ich persönlich bin eine von denen die sich noch nicht viele Gedanken darüber gemacht haben wie sie es woanders auch machen könnten / will / soll / darf / muss. Deshalb habe ich auch nicht den Überblick, wie es wäre woanders zu produzieren. So leicht wird es wohl nicht sein, sonst wäre ich mit der Nase schon drauf gestoßen.

- Gibt es eine Finanzierung? Für die Einrichtung, oder für die Sendung?

Unsere Finanzierung besteht ausschließlich aus Naturalien. Wir betteln manchmal bei den Bands um Mini DV-Bänder, vor allem bei denen die das aufgezeichnete Konzert dann gerne für ihre persönlichen Zwecke haben wollen. Das ist unsere Finanzierung.

Und unsere Finanzierung ist auch immer so, dass wir, wenn wir Vorort sind, fragen ob wir etwas zum trinken bekommen können, dass wir nicht zweieinhalb Stunden im B72 stehen und verdursten müssen. Also, unsere Bezahlung sind Naturalien, sonst haben wir finanziell keine Unterstützung. D.h. mir bezahlt keiner das Benzin, wenn ich dort hinfahre, es bezahlt mir niemand die zwei Tage wenn ich die Sendung schneide, das machen wir alles aus unserer Tasche und in unserer Freizeit.

- Wie wird produziert? Der Weg von der Idee zur Sendung?

Internet, Recherche, anrufen und ich such mir dann mit Petra gemeinsam aus was ich machen möchte, wir holen uns die Drehgenehmigung und fahren lustig dort hin.

- Unterstützung, Hilfe von Okto?

Bei Schulungen bin ich eine Lästige und frage immer nach wann endlich das oder das kommt und ich weiß schon was ich

nicht kann und was ich gerne besser können würde. Ich bin aber selber zeitlich nicht in der Lage mir das draufzufassen. Die Schulungen tröpfeln, momentan habe ich aber den Eindruck es beginnt etwas steter zu tröpfeln und ich freue mich über jede Schulung an der ich teilnehmen kann. Sonst muss ich sagen, die Unterstützung ist schon so, wenn ich anrufe und irgendetwas brauche ist mir noch nie ein Wunsch verwehrt worden.

Sie sind alle sehr engagiert wenn man sich meldet, wenn man sich nicht meldet, was in jedem seiner Eigenverantwortung liegt, dann passiert gar nichts.

Man darf nicht warten das einem was nachgetragen wird. Wenn ich mal die Sendung einen Tag später abgebe oder wenn ich sage ich brauche Promotionmaterial, funktioniert es gut.

Bands die sich bei Okto melden, die sagen, bitte, ich mag ins Fernsehen, die werden dann auch weitergeleitet, dieser Fluss funktioniert ganz gut.

- Konzept?

Also bei uns ist es so, dass das Konzept von mir damals auch schon sehr frei und breit gehalten wurde, ich habe es auch noch nicht umgeschrieben, das muss noch so dort liegen wie damals. Es verändert sich langsam großartig hat es sich aber noch nicht verändert.

- Gibt es eine Veröffentlichung abseits von Okto?

- Homepage?

- Screening?

- Internet, z.B. YouTube?

Nein, das machen wir gar nicht, es ist bei uns immer die selbe Geschichte, die Bands können ihre Sendung haben die wir gefilmt haben, was sie damit machen weiß ich nicht, kann ich nicht nachvollziehen. Die meisten stellen sie auf you tube oder ein Stück davon auf ihre Homepage. Ich hüte mich irgendwas ins Netz zu stellen, weil die Rechte einfach nicht abgeklärt sind. Wir haben auch Bands die Plattenverträge haben, die Verlagsrechte haben, da lass ich meine Finger komplett davon. Ich stell es nicht auf die Okto Homepage,

ich stell es nicht ins Netz, weil ich habe keine Sekretärin die mir die Rechte abklären würde und darum mache ich das gar nicht. Das liegt bei mir alles zuhause auf Bändern und die werden nirgends reingespielt. Das ist mir rechtlich einfach viel zu heikel.

Ankündigung der neuen Sendung?

Auf Okto gibt's den Trailer, den 30 Sekünder, den schneid ich brav, da moderieren wir auch extra einen Trailer, wo ich kurz erkläre was passiert. Ich informiere die Bands per Email wann die Sendungsausstrahlungen sind, die sind meistens so clever und kündigen es auf ihrer Homepage oder im Newsletter an, also da wird etwas Werbung betrieben und Okto kündigt auch manchmal an. Ich bekomme alle drei bis vier Monate ein E-Mail von der Promotiondame von Okto, wo sie fragt, bitte, was passiert in deiner nächsten Sendung. Sie schickt es dann an Printmedien weiter und da wird es manchmal angekündigt. Aber ich persönlich habe nicht die Zeit und Muße es laut hinaus zu posaunen.

- Wer ist die Zielgruppe?

- Wer ist das Publikum?

- Gibt es Feedback, Kontakt zu den „Sehern“?

Ich schicke es an die raus, die musikinteressiert sind in Wien, oder wo man es mit Livestream sehen kann. Wer es wirklich sieht, davon habe ich keine Ahnung. Ich bekomme Rückmeldung auf der Straße oder in den Lokalen, dass meine Sendung gesehen wird, ich habe nicht den Eindruck, dass sich das keiner ansieht. Ich habe Rückmeldung durch die Anfragen von Bands die sagen, bitte komm doch auch zu mir. Mir ist klar, dass das musikinteressierte Menschen sind, die zum Großteil selber Musik machen. Ob die jetzt weiblich, männlich, über oder unter dreißig sind, davon habe ich keinen blassen Schimmer. Rückmeldungen kommen auch von den Bands aus den Beiträgen, denen die Berichte gefallen und die ihren Senf dazugeben oder Live bei den Konzerten, wo mich Leute anquatschen, und sagen, dass sie die Sendung gesehen haben.

Wünsche, Vorstellungen, an Okto, deiner Sendung?

Ich bin eine große Verfechterin von, Fortbildungen, ich würde mir wünschen dass da noch wesentlich mehr passiert, z.B. Verbesserung des Handwerkzeugs. Ich freu mich sehr, dass sie das jetzt eh tun und grafisch mehr machen. Wir hauen da jetzt eine Schrift runter und das wars, ein grafisches Gesicht, das fehlt mir bei unserer Sendung, dass sie grafisch auch einen Wiedererkennungswert hat. Ich hätte gerne mehr Rüstzeug, wie ich Schnittlelemente oder schnellere Tonanpassungen machen kann. Da bin ich ziemlich blank. Ich mach es, weiß aber es würde schneller gehen, ich weiß aber nicht wie. Mehr Input für Ton und Schnitt, da würde ich gerne Seminare besuchen. Sonst, das wünscht sich wohl jeder, dass Okto sagt, wir haben einen Sponsor für deine Sendung und ich muss mich nicht selbst darum kümmern oder ich muss zumindest die Bänder nicht selbst bezahlen. Oder ich finde jemand der sagt, pass auf, ich gebe euch 50€ pro Sendung damit kann ich dann den Sprit bezahlen oder sonst was, da wäre ich nicht böse, aber die Sendung wird nicht untergehen wenn das nicht passiert, aber es würde natürlich den Atmen länger machen.

- Wo wurde vor Okto produziert?

Die Petra hatte schon auf der Uni Kameras in der Hand, ich habe vorher überhaupt noch nie etwas mit Fernsehen gemacht. Ich hatte auf Orange 94,0 schon sieben Jahre Radiosendung moderiert, d.h. ich hab ca. gewusst wie das mit dem Sprechen funktioniert und wie ich spreche oder sprechen möchte. Diese Erfahrung hatte ich, aber sonst waren wir komplett unbelegt, wie ein Schnitt funktioniert, wie man eine Kamera aufdreht, wie man Licht macht, keine Ahnung, also wir waren beide vorher nie produzierend tätig.

Du machst jetzt auch Kamera?

Nein, ich nie, ich weiß wie man sie aufdreht, wie man sie scharf stellt.

Von der Kamera halte ich mich komplett fern, auch, weil ich weiß, wie ich bin. Sobald ich kapiert habe, wie irgendetwas funktioniert, reiße ich es gerne an mich und das möchte ich verhindern.

Und weil ich eh schon große Teile der Sendung mache.

- Kann man von einer Demokratisierung der Produzenten oder der Medienlandschaft durch Okto sprechen?

Ich denke das es ein ganz wichtiges Zeichen ist, dass es Fernsehen gibt, von Leuten, die Fernsehen machen, ohne irgendwelche großen Hintergedanken an Geld. Die ihre innigsten Sachen präsentieren möchten, ob das jetzt eine Sternensendung ist, oder Architektur. Das jeder das bei dem er sich auskennt und wo sein Herz brennt präsentieren kann. Die große Demokratisierung wird erst dann passieren, wenn es 10 Okto Sender gibt in Österreich. Es geht natürlich noch viel breiter, es ist momentan noch der kleine Tropfen, aber es ist zumindest mal passiert und ein Dogma, dass das nicht sein kann und darf ist gestürzt worden.

Seht ihr durch Okto die Möglichkeit eine größere Öffentlichkeit zu erreichen?

Ja, auf alle Fälle. Fernsehen, auch wenn's Okto ist und der Kabeluser oder Internet sehen kann ist es trotzdem was Leute mehr sehen können, ist ganz klar, jeder hat ein Fernsehkastl zuhause, sogar der Exekutor darf es nicht beschlagnahmen, das heißt ja schon was und durch die Zappgeneration, die nur noch durchrennt, ist es sehr wohl so, das Themen mehr Leute sehen können, dadurch.

Habt ihr euch mit der Idee von Okto und mit theoretischen Zugängen auseinander gesetzt?

Habe ich, weil das ähnliche Überlegungen waren wie damals bei der, „endlich juhu Piraten Radio Orange“, die ähnlichen Überlegungen im Hintergrund waren und ich damals bei der Orange Geschichte schon sehr involviert war noch bevor ein Sendeplatz da war. Ich weiß was sich da überlegt

haben und was dahinter steckte was auch gut war. Ich weiß nicht wie es jetzt läuft, bin ja hier schon von Anfang an dabei und da wurde bei Medieneinschulungen sehr wohl transportiert, um was es uns geht, was passiert da, wie sind wir organisiert, wo bekommen wir unser Geld her und man das schon mitbekommen hat.

- *Habt ihr Kontakt zu anderen Sendungsteams?*

Leider, viel zu wenig. Das wäre auch noch was, wo ich gerne hätte, dass man da irgendwie ein Forum findet, vielleicht auf der Homepage wo man dann mehr Kontakt hätte. Ich treffe die üblichen Verdächtigen im Schneiderraum, mit denen tratscht man dann auch gerne, weil man ja meistens zur selben Zeit angeben muss. Da treffen sich dann immer die selben, also der Hutter von Mulatschak und ich. Es wäre natürlich

noch viel schöner viel mehr zu sehen, weil ich glaube was noch nicht genutzt wird ist ein Austausch zwischen den Sendungen.

Und es gäbe Synergien, mit anderen Sendungen, mit Interviews die ich geführt habe und umgekehrt.

- *Pläne für die Zukunft? Okto Österreichweit?*

Es hat Vor- und Nachteile, die Vorteile sind, juhu, noch mehr Menschen, die Nachteile sind, dass ich mit meinem Format absichtlich wienerisch bin. Was interessiert das eine Kärntnerin Also, man müsste das Format verbreitern, das hat natürlich auch Nachteile, siehe Puls, Vorteile dass es mehr Leute sehen. Es würde mich nicht stören nur man müsste sich irgendwie überlegen welche Fenster, für welche Regionen geschaffen werden. Österreichweit würde ich es nicht ausstrahlen.

7.2.2 Gesprächsnotizen AKKU

Interview mit Felicitas Konecny am 22. Oktober 2008

- *Wie funktioniert die Einrichtung (Verein, Organisation, personelle Kompetenzen)*

Wir sind eine lose und offene Gruppe, das heißt: wir sind bereit jederzeit auch neue Mitglieder aufzunehmen. Und die Mitgliedschaft in der Gruppe ist auch ganz informell, wer vorhat sich aktiv zu beteiligen kann sich als Mitglied in

unserer Yahoogruppe melden und bekommt als Mitglied alle unsere Informationen, wann Redaktionssitzungen sind und welche Themen sonst anstehen. Die weitere Kommunikation erfolgt dann hauptsächlich über individuelle E-Mails oder Telefonate.

- *Welche Aufgaben, Schwerpunkte habt ihr?*

Es ist eine Palette von Schwerpunkten und eigentlich sehr breit gefächert.

Geht von klassischer Architektur, sprich Bauwerksreportage, bis zu Themen, wo man sagen kann, es ist eigentlich Stadtleben im Allgemeinen. Genauer: wir machen Interviews mit Architekten und Architekturschaffenden, wo wir Personen portraituren, wir machen städtebauliche Themen, Themen, die die Verkehrsplanung betreffen, wir berichten über Kunst im öffentlichen Raum, über das Architekturstudium und den Architektenberuf, über Freiraumplanung, partizipative Planung, über Initiativen, die charakteristisch im öffentlichen Raum in das Stadtleben eingreifen oder sichtbar werden. Beispiel zum Stadtleben: Wir haben einen Beitrag über Dumpsterdiving gemacht, wo es darum geht, dass es Personen gibt, die drauf angewiesen sind, dass sie sich Lebensmittel aus dem Mistkübel suchen. In einer Situation, wo es eigentlich eine sehr reiche Gesellschaft gibt und wo es Leute gibt, die drauf angewiesen sind, gibt es auch junge Personen, kulturelle Gruppen, die es dann quasi als Kunst- und Protestform machen, auch wenn sie persönlich es finanziell nicht nötig hätten, aber um auf diesen Missstand in der Gesellschaft hinzuweisen. Das ist für uns ein städtisches Phänomen, das wir sehr interessant finden, das auch mit dem Gebrauch des öffentlichen Raumes zu tun hat und deswegen haben wir es in Akku auch gebracht.

- *Auch außerhalb von Okto tätig?*

Es gibt verschiedene Kooperationen abseits von Okto bzw. Akku. Ich kenne einige Leute die ich vor Akku bereits gekannt habe und mit denen ich zusammengearbeitet habe. Einige habe ich durch Akku kennen gelernt und dadurch haben sich dann auch Punkte, ergeben wo man sagt, ich hab da ein Projekt, interessiert dich das und wo man auch außerhalb zusammenarbeitet. Es ist ein Netzwerk geworden, weil wir in ähnlichen Bereichen tätig sind, aber eigentlich kaum zwei Leute ganz das Gleiche machen. Da ist eigentlich keine

Konkurrenz, sondern sehr viel Ergänzung da. Der zweite Punkt ist, dass wir uns durch Akku auch persönlich sehr gut kennen gelernt haben, das da auch persönliche Sympathie und ein positiver Teamgeist entstanden sind, sodass man sich denkt, ja mit den Personen arbeite ich auch woanders gerne zusammen.

- *Wer sind die Mitglieder?*

Im Moment gehören 11 Personen dazu, am Anfang waren wir weniger, aber es gab einen Wechsel, ein Weggehen und Dazukommen. Im Moment ist es so, dass wir nominell 11 Personen sind, aber ein Teil davon ist im Moment nicht aktiv, da sie beruflich oder studienmäßig so beansprucht sind. Aber sie sind trotzdem noch Mitglieder des Redaktionsteams, weil sie sich prinzipiell mit der Sache verbunden fühlen, und es selber auch nur als ein temporäres Aussetzen betrachten.

Entwicklungen, Veränderungen über die Jahre?

Es gab ein bisschen eine Veränderung. Ich glaube, dass es auch jetzt keine Stabilisierung ist, sondern ein bestimmter Status quo, der sich wieder ändern kann.

Ich würde es so beschreiben, dass wir angefangen haben mit dem Prinzip, alle machen alles und dann hat sich in der nächsten Phase eine Arbeitsteilung herauskristallisiert, weil die Zeitbudgets sehr unterschiedlich sind und auf die Dauer nicht jeder gleichviel beitragen wollte, rein zeitlich. Natürlich hat sich auch herausgestellt, was man lieber macht und wo man das Gefühl hat, das kann man irgendwie besser und es gibt Bereiche wo man sich nicht so wohl fühlt und das macht man dann nicht, außer in Notfällen. Aber da sollte ich noch zurückkommen zur Gruppe und konkretisieren: Sie besteht aus zwei Raumplanungsstudierenden, in der Diplomarbeitsphase sind, es sind zwei Architekturstudierende, einer davon schreibt Diplomarbeit, zwei Frauen mit abgeschlossenem Architekturstudium. Eine arbeitet im Bereich Projektsteuerung in einem Ingenieurbüro

und die andere an der Schnittstelle zwischen Architektur und Kunst mit ständig wechselnden Projekten. Dann ist eine Architekturhistorikerin, die freiberuflich als Journalistin, Autorin und Kuratorin tätig ist dabei und eine Frau die Publizistik studierte, jetzt Diplomarbeit schreibt und sich auf Öffentlichkeitsarbeit spezialisiert hat, aber auch Moderation bei den Sendungen macht. Ich selber habe auch Architektur studiert, aber nicht abgeschlossen, ich arbeite hauptsächlich als Architekturvermittlerin, d.h. ich konzipiere und organisiere Architekturveranstaltungen aber ich mache auch Architekturführungen. Dann haben wir im Team noch einen Informatiker, der sich einfach für Architektur interessiert der im Team auch filmt und ein persönliches Interesse an Musik und Ton hat und das auch immer wieder einbringt.

Die Sendung

Wir haben abgesehen von den ersten beiden Sendungen nie mehr im Studio gedreht. Weil es ganz einfach personell so aufwendig ist, dass wir das dann nicht mehr gemacht haben und wir ziehen es eigentlich vor Vorort zu filmen, was sich bei Architektur und Stadt auch sehr stark anbietet. Man sagt, man versucht an die Schauplätze zu gehen oder wenn es um Personen geht, eine Architektin, dass man die entweder bei einem Bauwerk das sie geplant, oder einem Architekturbüro filmt. Wir machen auch viele Aufnahmen im Außenraum oder direkt an Gebäuden oder in der Stadt. Wir streben eigentlich einen stark informativen Charakter an, ich glaube, dass wir informativ eher im kulturellen Bereich sind, die Beiträge die ins politische gehen, sind bei uns eher selten, kommen aber auch vor. Wir sind nur bedingt aktuell, weil wir nur alle 4 Wochen ausstrahlen und das ist für kurzfristig aktuelle Ereignisse ganz einfach ein zu weiter Rahmen. Tagesaktualität ist nicht das was wir so anstreben.

Wir schließen das politische nicht bewusst aus, es hat sich allerdings gezeigt, dass es in unserer Struktur mit

der vielen freiwilligen Arbeit ein bisschen problematisch ist, weil man da natürlich einem wesentlich höheren Druck an Recherche und an Gegenrecherche ausgesetzt ist. Und das ist etwas das natürlich bei nicht professioneller Arbeit Bauchweh macht, wo man sagt, habe ich wirklich gut genug recherchiert, wenn man etwas Negatives über eine Person oder Institution berichtet, was hat das für Konsequenzen. Ich glaube da fühlen wir uns nicht so sicher wie professionelle Journalisten.

Außerdem muss ich sagen, auch wenn es vielleicht negativ klingt, dass bei dieser freiwilligen, ehrenamtlichen Arbeit das im Vordergrund steht, dass man Dinge macht, die einen selber interessieren und das sind dann eher die positiven Dinge. Wo gibt es interessante Dinge, Menschen usw. Missstände aufzeigen, Probleme aufzeigen, das ist dadurch nicht so das Hauptanliegen, wie es vielleicht in einer eher politisch orientierten Sendung wäre.

Ich glaube, dass der kulturelle Aspekt der überwiegende ist. Politische, aktuelle und kritische Themen machen vielleicht einen Anteil von 15-20% aus. Wir versuchen in immer wieder, dass die Sendung etwas Unterhaltsames oder Kulinarisches hat, eben indem wir interessante Bauwerke zeigen oder Information über Architektur geben. Warum ist Architektur wichtig, warum wird zeitgenössische Architektur genau so gemacht, das ist den Meisten das Hauptanliegen. Der Magazincharakter, der hat sich vielleicht eher aus praktischen Gründen ergeben, wir machen eher ein buntgemischtes Programm als Schwerpunktsendungen und innerhalb dieser Sendungen gibt es in der Regel drei bis vier kürzere Beiträge und einen langen, Sendungsfüllender, oder zwei längere, aber das ist eher die Ausnahme. Wir denken uns, dass das mit der Mischung natürlich einen Vorteil hat, weil wir ja nicht nur eine Zielgruppe von Fachleuten ansprechen wollen, aber auch nicht nur Architektur Laien. Wir glauben, dass wir mit den mehreren Beiträgen die dann sehr unterschiedlich

gestaltet sind, dass wir damit fast alle erreichen können, die wir erreichen möchten.

Moderation begrüßt, begleitet durch die Sendung und verabschiedet. Wobei Moderation gibt es nicht bei allen Sendungen, das ist manchmal auch eine Sollbruchstelle, zwischen wollen und können, d.h. wenn eine Sendung ganz nach unseren Wünschen zustande kommt, dann gibt es eine Person, die die Sendung moderiert und die ist dann auch an einem architektonisch interessanten Ort, der vielleicht mit einem der Sendungsbeiträge in Zusammenhang steht. Diese Person macht dann die Begrüßung und leitet die einzelnen Beiträge immer ein und gibt Erklärung, falls zu den Beiträgen notwendigen. Am Ende der Sendung gibt es im Regelfall immer auch aktuelle Veranstaltungstipps. Das wäre so der Aufbau, wie wir uns es selber wünschen, aber wenn wir mit unserem Zeitbudget in Schwierigkeiten kommen, dann kann es auch sein, dass eine Sendung auch mal ohne Moderation stattfindet oder dass es eine Sendung ohne Veranstaltungstipps gibt.

Es ist dann nicht so, dass wir sagen, wir können nicht auf Sendung gehen, weil es keine Moderation gibt. Wir sehen den Schwerpunkt eher bei den Beiträgen und den Sinn der Moderation darin, die Menschen, die sich die Sendung ansehen, direkt anzusprechen, dass die auch sehen da gibt es Personen die hinter dieser Sendung stehen.

- Habt ihr ein spezielles Stilmerkmal?

Nein, haben wir eigentlich nicht. Wir haben eine einheitliche Grafik, wir haben Signatur, und wir machen für jede Sendung einen 30sec Trailer in dem alle vorkommenden Beiträge angerissen werden. Dieser Trailer hat immer die gleiche Musik und auch zu einem gewissen Maße gleiche Struktur. Dieser Trailer wird auch am Anfang der Sendung eingeblendet, sodass man am Anfang schon einen kurzen Überblick hat über alle Beiträge die in der Sendung vorkommen.

Dadurch, dass wir zum Teil Fremdbeiträge bringen und dadurch,

dass von unserem Team sechs Leute filmen und schneiden ergeben sich auch sechs unterschiedliche Handschriften, ganz abgesehen von den unterschiedlichen Themen, die auch jeweils ihre ganz unterschiedlichen Erfordernisse haben. Ein Bericht über eine Veranstaltung hat natürlich eine andere Dynamik, als wenn man ein Interview filmt und wenn man ein Gebäude von innen, außen, unten und oben filmt ist das auch wieder was ganz anderes, als wenn man einen Betrag über Barrierefreiheit dreht und eine Person im Rollstuhl durch die Stadt begleitet.

- Welche Rolle spielt die Technik?

Ohne die technische Unterstützung von Okto könnten wir die Sendung nicht machen. Wir leihen uns vor allem Kamera, Mikro und Licht, das schneiden machen wir mittlerweile großteils auf den eignen Computern, aber hin und wieder greifen wir schon auch auf die Schnittplätze bei Okto zurück. Wir arbeiten auch auf unterschiedlichen Programmen. Da gibt es auch wieder Pc und Mac Problematik.

Sonst würde ich sagen, es ist ein bisschen so, dass wir eine Teilung im Team haben, zwei Drittel vom Team gehen mit diesen technischen Dingen auch um und haben persönlich die Ambition besser zu werden. Es gibt aber auch einen Teil im Team, der hat kein Interesse daran sich Wissen über die Technik anzueignen und beschränken sich auf die Bereiche die ohne Kenntnisse von Schnittprogramm und Kamera zu machen sind, z.B. Veranstaltungstipps organisieren, Moderation sprechen, Texte schreiben, Beiträge recherchieren usw.

- Programmplatz?

Montag 21 Uhr, das ist ein Kulturplatz auf Okto.

- Wie ist die Szene? Welche Möglichkeiten gibt es neben Okto?

Abgesehen von Okto haben wir erst einmal eine Produktion gemacht. Ich

würde es so beschreiben, dass vom Akku Team nur einzelne Mitglieder, wo ich mich selbst nicht dazu zähle, diesen professionellen Anspruch haben und anstreben und zum Teil auch schon machen könnten und in anderen Kontexten professionell auch Filme machen und schneiden. Aber Akku als Gruppe hat nicht die Ambition Okto als Stepping Stone zu verwenden um ein professionelles Team zu werden, es geht uns mehr um diesen Community TV Gedanken. Architektur ist ein Thema das alle angeht, wird aber eigentlich nur in Fachkreisen diskutiert und z.B. im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, obwohl es bei Leibe kein Minderheiten Thema ist ist es eigentlich immer in der Kultur unter ferner liefen. Aber diese umfassenden Implikationen mit der Lebensqualität, mit der Verknüpfung zum Alltagsleben und zur Kultur und eine Baukultur und Architekturpolitik kommen eigentlich im öffentlich-rechtlichen ganz wenig vor. Das ist, glaube ich, unser Hauptanliegen, dass wir sagen, über Okto können wir da ein sehr sehr breites Publikum erreichen.

- Gibt es eine Finanzierung? Für die Einrichtung, oder für die Sendung?

Nein, wir haben keine Finanzierung, wir hatten einmal eine Patronazwerbung, und einmal hat ein Teil vom Team für einen anderen Auftraggeber einen Film gemacht und von dieser Einnahme ist ein kleiner Teil in unsere Akku Kasse geflossen. Abgesehen davon ist es so, dass bis zur letzten DVD alles selbst finanzieren. Aus privater Tasche.

- Was hat sich in den letzten drei Jahren, an der Sendung verändert?

Ich würde sagen, auf organisatorischer Ebene hat es sich so verändert, dass wir von einem Kollektiv zu einem Team geworden sind, wo die Leute, die aktiv sind, jeweils doch recht unterschiedliche Plätze einnehmen d.h. dass sich das sehr ausdifferenziert hat, wer regelmäßig wenig beiträgt, wer unregelmäßig, aber dafür vielleicht für eine Sendung mal sehr viel beiträgt, wer z.B. selber Beiträge macht, wer sich auf Bereiche konzentriert wie Blogbetreuung

und Öffentlichkeitsarbeit. Da gab es eine Differenzierung, die, glaube ich, aber nicht dazu geführt hat, dass man sich weniger mit der Sendung identifiziert. Dann, denke ich, hat es eine Entwicklung gegeben, weil wir am Anfang gedacht haben, wir möchten möglichst für die ganze Sendung alle Beiträge selber gestalten, das war für uns ganz zentral. Mittlerweile denken wir es ist auch spannend eine organisierende und moderierende Rolle einzunehmen, auch im Redaktionsteam, d.h. wenn wir interessante und tolle Beiträge bekommen, die in unser Themenspektrum passen, dass wir die zu Sendungen zusammenstellen wenn wir das nicht selber gefilmt haben, sondern Leute uns die fertigen Beiträge bringen und wir überzeugt sind, dass das ein genauso guter Beitrag ist, im Sinn von dem vorher gesagten, also Architektur und Stadtplanung im Fernsehen stärker zum Thema zu machen, dass das über die Schiene funktioniert, dass wir eine Plattform geworden sind, also vom Kollektiv zur Plattform. Auch für Außenstehende.

kennt ihr die Leute?

Das ist sehr unterschiedlich. Manche sehen auf Okto oder über andere Ankündigungen, dass es die Sendung gibt sehen diese und denken sich ah, ich hab da ja was gemacht und jetzt trete ich mit denen in Kontakt. Auf andere sind wir selber gestoßen, da wir uns umschauen, nachfragen wer macht in diesem Bereich Architektur Videos. Wir sprechen den dann aktiv an und fragen nach ob da nicht etwas für Akku interessant wäre und sie zur Verfügung stellen könnten Dann gibt es noch eine dritte Möglichkeit, nämlich wenn Leute die uns jetzt noch nicht kennen und das was wir machen, die treten an uns heran und sagen, wir machen da eine interessante Sache, könnt ihr da nicht einen Beitrag darüber machen. Da müssen wir manchmal sagen, wir finden das Thema zwar interessant, haben aber im Moment nicht die Kapazitäten, da einen Beitrag drüber zu machen, aber wenn ihr selber jemand findet der es filmt und schneidet, wir würden das

ausstrahlen. Und auch auf dieser Basis sind wir schon auf Beiträge gekommen. Wir müssen den Leuten dann eben sagen müssen, dass wir nicht so wie beim professionellen Fernsehen eine Struktur im Hintergrund haben, mit Redaktion, wo ein Team eingeteilt wird. Ehrenamtlich, freiwillig, jeder macht eigentlich das was ihn persönlich interessiert und was man eben neben dem Beruf oder Studium auch noch unterbringen kann.

- Wie wird produziert? Der Weg von der Idee zur Sendung?

Mit der Basisdemokratie funktioniert es im Moment insofern nicht so ganz, weil, wir haben lange basisdemokratisch agiert, aber jetzt ist es so, dass die Leute die Beiträge machen vielleicht nicht bei der Redaktionssitzung dabei sind und umgekehrt, deshalb ist es im Moment ein bisschen in der Schwebe, ob es ein gegenseitiges Vertrauen gibt, dass wenn ich nur telefonisch mit Redaktionsmitgliedern bespreche, was sie jetzt machen, was sie für Beiträge bringen und wie lange die werden und was sie sonst noch in die Sendung tun, dass die anderen sich dann nicht übergangen fühlen und sich aufregen und sagen warum ist das vorher nicht ausgeschickt worden und ich bin doch nicht gefragt worden. Das ist eher so pragmatisch, wer selber nicht Zeit hat zur Redaktionssitzung zu kommen und sich aktiv einzubringen, dass die sagen, ok, ich hab das Vertrauen, dass die, die das aktiv machen es auch gut machen und im gemeinsamen Geist agieren.

- Wie oft trifft ihr euch bei Redaktionssitzungen?

Wir haben alle 4 Wochen eine Redaktionssitzung, also, im gleichen Rhythmus wie die Sendung, wobei, wir uns immer 10 Tage vor der Sendungsausstrahlung treffen, wo man für die aktuelle Sendung vielleicht noch letzte Absprachen treffen kann oder Feuerwehrationen beschließen kann, wenn etwas nicht geklappt hat und wo man dann mehr als 5 Wochen vor der

nächsten Sendung ist und hauptsächlich diese plant.

- Unterstützung, Hilfe von Okto?

Die meisten von uns haben vor allem diese Grundschulungen gemacht, also Medien- und Urheberrecht und Basis für Kamera, Schnitt, Ton und Interviewtechnik und Studiotchnik.

Im Moment ist es so, glaube ich, dass außer mir kaum jemand an den Fortbildungen teilnimmt. Zum Teil, weil die Personen, die sich abseits von Okto dafür interessieren, abseits Schulungen machen und weil es natürlich auch eine Zeitfrage ist, wenn man einen Grundlevel erreicht hat und eine Sendung auf die Beine stellen kann, dann hat man das Gefühl, man ist mit dem Sendungsmachen ausgelastet und Schulungen sind zusätzlicher Zeitaufwand und Anstrengung. Ich persönlich kann sagen, dass ich mich jetzt wieder bei Schulungen angemeldet habe. Jetzt wo es drei Jahre sind und bestimmte Probleme schleppe ich immer mit mir und sie treten bei jeder Sendung wieder auf und da möchte ich einen Schritt nach vorne machen. Jetzt im dritten Jahr habe ich das Gefühl, es gibt so eine bestimmte Routine, Treitmühle und damit ich nicht den Spaß an der Sache verliere, brauche ich auch Input und das Gefühl, so jetzt lerne ich Dinge dazu, jetzt bekomme ich neue Information und organisiere nicht nur und liefere Output für die anderen.

Was ich immer wieder in Anspruch nehme ist, wenn ich ein Problem habe, dass ich direkt bei Okto anrufe, oder wenn ich die Sendung abgebe, dass ich mit den Leuten über Probleme direkt rede da eigentlich immer sehr guten Support bekomme und die Leute sich Zeit nehmen und einem Tipps geben, was man da machen kann.

Da geht es meist um technische Probleme und selten um Fragen zum Medien- und Urheberrecht. Da gibt es natürlich auch immer wieder Punkte wo man Rücksprache hält.

- Gibt es eine Veröffentlichung abseits von Okto?

- Homepage?

- Screening?

- Internet, z.B. YouTube?

Wir haben einen Newsletter, der ca. an 100 Personen geht, mit dem weisen wir immer auf die neuen Sendungen hin, wir haben regelmäßig, fast seit Beginn an, im Schikaneder Kino ein Public Screening, wo wir fast alle Sendungen zeitgleich mit der Erstaussstrahlung bei einem öffentlichen Screening, bei freiem Eintritt im Schikaneder Kino zeigen können. Dann haben wir gekoppelt mit der Okto-Homepage einen eigenen Blog wo wir unsere Sendung auch Ankündigen und wo wir auch Hinweise und Links anbieten. Was im Moment ein bisschen ins Hintertreffen gekommen ist, was wir eine Zeit lang ziemlich aktiv gemacht haben, ist z.B. auch auf anderen Seiten, wie www.wienarchitektur.at, dass wir unsere Veranstaltungen dort gepostet haben. Oder bei anderen Architekturveranstaltern, die einen Newsletter haben, dass wir geschaut haben, dass wir dort reinkommen. Dann habe ich vor kurzem Akku bei einer Betschakatscha night präsentiert. Das ist ein neues Eventartiges Präsentationsforum wo es darum geht, dass sich verschiedene kreative Personen vernetzen können, jeder hat ungefähr 6,5 Minuten Zeit sich, sein Projekt oder irgendein Thema darzustellen. Es finden ungefähr 15 Präsentationen an einem Abend statt. Ich habe diese Plattform genutzt um dort Akku vorzustellen.

You Tube haben wir bis jetzt noch nicht verwendet das wäre natürlich auch ein Projekt für die Zukunft, wenn wir etwas Kapazität frei haben, unser 30sec. Trailer würde sich gut eignen auf You Tube gestellt zu werden. Aber natürlich könnten wir auch einzelne andere Beiträge raufstellen. Das wäre eine gute Anregung für die Zukunft.

- Wer ist die Zielgruppe?

- Wer ist das Publikum?

- Gibt es Feedback, Kontakt zu den „Sehern“?

- Was wünschen sich die Sendungsmacher?

Das meiste Feedback bekomme ich direkt mündlich, beim Public Screening, wo Leute sagen, endlich schaffe ich es vorbei zu schauen, ich bekomme immer euren Newsletter. Ich bekomme aber auch immer wieder Feedback, von Leuten, die ich bei anderen Architekturveranstaltungen treffe. Über unseren Blog oder als direkte Antwort auf unseren Newsletter bekommen wir fast nichts, ganz selten. Ich habe aber auch den Eindruck dass ich über einen Gutteil der Seher gar nichts weiß. Ich glaube dass bei Okto ganz viele Leute ganz einfach auf gut Glück reinschauen. Wenn ihnen das öffentlich-rechtliche oder sonst ein Sender zu fad sind, oder weil sie ganz einfach Okto Fans sind, ohne Fan einer bestimmten Sendung zu sein, dass die ganz einfach aufdrehen und auch einmal Akku ansehen, wenn Montag ist.

Da weiß ich aber eigentlich überhaupt nicht, was die über uns denken. Von diesen eher schon Architektur konformen Kreisen bekomme ich prinzipiell positives Feedback, sie sagen, super, dass es so was gibt und gleichzeitig stelle ich fest, dass ganz viele von denen kein Kabelfernsehen haben, dass es bei vielen aus Zeitgründen immer eher beim Wunsch bleibt die Sendung zu sehen. Das Publikum das ins Schikaneder kommt wechselt stark, es gib ein Grüppchen, von einem halben Dutzend von Personen die immer wieder ins Kino kommen, weil sie Akku Fans sind, würde ich sagen. Dann gibt es natürlich unser Dutzend von aktiven Akku -„Zellen“, die sich mehr oder weniger regelmäßig im Schikaneder treffen und dann gibt es Leute, die wirklich spezifisch für ganz bestimmt Sendungen kommen, weil es entweder in einem Beitrag um ihre Angelegenheit oder ihr Projekt geht, oder weil sie, speziell trifft das auf Studentenprojekte zu, diese Beiträge selber gemacht haben. Diese bringen dann zum Teil auch ihren Fanklub mit. Dadurch variiert die Bandbreite vom Publikum von 3-4 Leuten bis 30-40 Leute.

- Kann man von einer Demokratisierung der Produzenten oder der Medienlandschaft durch Okto sprechen?

Für mich persönlich würde ich es unbedingt bejahen, weil ich dadurch, mit einem vergleichbar geringen Aufwand, die Möglichkeit bekommen habe an ein Fernsehpublikum zu kommen. Das ist eine Reichweite und Streuung, die man über Veranstaltungen oder Printmedien nie bekommen würde, ich denke es ist nur mit freiem Radio vergleichbar, von der Reichweite. Insofern hat sich für mich diese Richtung, als Person ohne nennenswerte Ressourcen meine Themen den Filmmenschen zu offerieren, gelohnt würde ich sagen. Umgekehrt glaube ich auch, dass es eine Demokratisierung ist, weil das Okto Publikum, zum Teil ein klassisches Fernsehpublikum ist, Leute die zwischen ORF und ATV und Arte wechseln auch zu Okto wechseln, dass Okto aber auch interessant ist für Leute die eher in einer Kultur der alternativen Szene sind, wo man sich normalerweise weniger Zeit für Fernsehen nimmt, wo Okto aber als spezieller Sender wieder attraktiv ist. Wenn ich mir die Themenpalette, auch abgesehen von unserer Sendung, ansehe, bin ich froh, dass Themen wie Macedonia/Roma TV, Afrika TV, Schwulen- und Lesben-Sendungen usw. da eine Plattform bekommen, weil es natürlich viele schlechte und gute Gründe gibt, warum sie im öffentlich-rechtlichen und kommerziellen TV zu wenig präsent sind.

- Hattet ihr bereits Erfahrung in der aktiven Mediengestaltung?

Im Sinne von Fernsehmachen hatte niemand von uns Erfahrung gehabt. Einige haben bereits Erfahrung im Sinn von interviewt worden zu sein, in diversen Zusammenhängen, in Radio und TV, quasi von der anderen Seite, oder am Podium bei Pressekonferenzen. Es gab bei einigen Leuten auch Erfahrung mit dem Medium Video.

Ich hatte davor erst einmal in meinem Leben eine Videokamera in der Hand. Ich habe auch vorher nie mit einem

Schnittprogramm gearbeitet und für mich hat Okto die Schulung von Null auf geleistet. In diesem Sinne bin ich sicher ein positives Beispiel dafür, dass so was gelingen kann, eine Person die quasi von Null beginnt, dazu befähigen, auch über längeren Zeitraum hinweg eine Sendung zu machen, zu produzieren.

Seht ihr durch Okto die Möglichkeit eine größere Öffentlichkeit zu erreichen?

Genau.

- Habt ihr euch mit der Idee von Okto und mit theoretischen Zugängen auseinander gesetzt?

Ich habe von Okto gehört, bevor es gestartet hat und habe eine Hausführung in der Vorbereitungsphase gehabt und bin dadurch auf die Idee gebracht worden, dass da vielleicht auch eine Architektursendung Platz haben könnte. Wir haben dann im Zuge unserer Schulungen, über das Konzept von Okto und die Abgrenzung zu offenen Kanälen gesprochen. Ich muss auch sagen, dass ich mich seither wenig damit auseinandergesetzt habe, ob sich Okto von den eigenen, ursprünglichen Ideen wegentwickelt, weiterentwickelt hat, oder was die Oktomacher selbst darüber denken. Das habe ich hauptsächlich aus Zeitmangel aus den Augen verloren. Ich war auch nicht bei allen Produzententreffen, ich hatte nur Zeit für das erste Produzententreffen. Das ist keine prinzipielle Ignoranz, sondern Zeitmangel, der Schwerpunkt ist die eigene Sendung. Was Okto jetzt als gesamtes ist, ist dabei in den Hintergrund gerutscht.

Habt ihr Kontakt zu anderen Sendungsteams?

So gut wie überhaupt nicht. Manchmal trifft man sich zufällig am Schnittplatz oder weil man gleichzeitig eine Kamera braucht, da gibt es einen sehr freundlichen und pragmatischen Austausch, das finde ich sehr gut, genauso dass man eine Kamera teilt, bzw intern austauscht, wenn du sie jetzt brauchst und ich am Nachmittag usw.

Aber einen inhaltlichen Austausch, wie ist euer Konzept, wie macht ihr das usw. gibt es eigentlich nicht.

- *Pläne für die Zukunft?*

- *Was wünscht ihr euch für die Zukunft von Okto?*

Unser Plan für Akku ist, dass wir gerne neue Redaktionsmitglieder dazu gewinnen wollen, damit wir die Sendung besser und vielfältiger machen können und um Dinge wie YouTube zu verwirklichen, um offensiver neue Leute als Publikum zu gewinnen, das ist alles ein bisschen beschränkt im Moment, da wir nur eine beschränkt Arbeitskraft haben und wenn wir mehr Leute wären und Neue dabei wären, dann gäbe es eine ganze Reihe von Ideen, wo man manches besser und zusätzlichen machen könnte.

Wir haben auch schon davon gesprochen, einen grafischen Relaunch zu machen, einen neuen Trailer, eine neue Signatur. All diese Projekte stehen und fallen natürlich mit Leuten die soviel Energien freisetzen können nicht nur die nächste Sendung zu machen. Ein interessanter Punkt wäre auch, wenn mehr Leute, sich wieder mal um Patronanzsponsoring umzuschauen, dass ist gerade in unserem Gebiet nicht so illusorisch. Und damit hätten wir dann wieder neue Möglichkeiten, um eine Akku Veranstaltung zu machen, um Werbung zu machen, neues Publikum zu gewinnen usw. Da gibt es schon eine ganze Reihe von Wünschen und Ideen, oder, dass wir nicht jede DVD selber kaufen müssen. Das Equipment ist auch ziemlich schwer und fast niemand von uns hat ein Auto, da täten wir uns leichter, wenn wir von Okto zum Drehort ein Taxi nehmen könnten. Solche Kosten aus einer Akkukasse begleichen zu können, das würde Vieles leichter machen.

Das wären so die Wünsche, wenn etwas mehr Leute da wären, dann könnten auf allen Ebenen Verbesserungen stattfinden. Dann würde es vielleicht nicht mehr passieren, dass wir eine Sendung ohne Moderation haben.

Mir ist noch wichtig zu betonen, dass es sehr wichtig ist, Grundunterstützung von Okto bekommen, das finde ich sehr positiv. Ich könnte mir aber auch vorstellen, dass es im Idealfall auch noch mehr sein könnte. z.B. das regelmäßig von Okto aus Feedbacktreffen gemacht werden, ich glaube das wäre gut für uns, wenn es jemanden gibt der sich meldet und sagt, hey, ich bin eure Sendungsbetreuung, setzen wir uns wieder zusammen und reden wie es bei euch läuft. Das würde uns gut tun und auch helfen.

Natürlich wäre es auch hilfreich wenn es einen bestimmten Materialpool gäbe, für jede Sendung bekommt man drei TV Kassetten, bzw. DVD usw... solche Dinge wären natürlich ziemlich super, aber ich weiß, dass sind ein bisschen Träume vom Schlaraffenland.

Was ich noch sehr wichtig finde und wo ich das Gefühl habe, im Moment an einem kritischen Punkt zu sein, ist wie funktioniert so ein Generationswechsel, wenn neue Leute kommen würden hätte ich nichts dagegen mich auch mal zurück zuziehen und zu sagen, ich komme gerne ins Schikaneder wenn alles fertig ist, muss aber nicht jede Sendung von A-Z verfolgen, zusammenstellen und noch dies und jenes machen. Da habe ich das Gefühl, das gilt für alle ehrenamtlichen und freiwilligen Initiativen, wie schafft man es, wenn man mal eine eingefrorene Gruppe ist, dass man neue Leute anzieht, die von außen das Gefühl bekommen, es interessiert mich und wenn ich hingehere habe ich meinen Platz und kann mein Ding machen. Ich denke es ist eine doppelte Herausforderung, ist man von den Inhalten so attraktiv oder von der Gruppe, die nicht das Gefühl vermittelt eine eingeschweißte Gruppe zu sein, die sich selbst genug ist. Sondern es ist ein Ort wo man nicht nur rein steckt sondern auch profitiert.

Das ist im Moment der kritische Punkt, schaffen wir es neue Leute zu finden, denen wir das Vermitteln können, auch unsere Erfahrungen um es ihnen damit etwas leichter machen zu können und auf der anderen Seite auch so offen und

großzügig zu sein und zu sagen, wenn ihr es anders machen wollt, dann macht das einfach, ihr müsst nicht unseren

Kriterien entsprechen. Das wäre vielleicht mein Schlusswort.

7.2.3 Gesprächsnotizen KIT

Interview mit Judith Gruber, Miriam Lausegger und Miriam Raggam am 27. Oktober 2008

- *Wie funktioniert die Einrichtung (Verein, Organisation, personelle Kompetenzen)*

ML: das ändert sich ständig bei uns. Begonnen haben wir zu fünft. Dann waren wir zwischendurch zu sechst, dann wieder fünf, dann waren zwei von uns in Stockholm die dann nichts gemacht haben, oder nur einen Beitrag. Das ändert sich immer wieder, aber im Prinzip sind wir ein Team von fünf Leuten, wie zu Beginn. Wir sind Studenten oder Absolventen von der Akademie (der bildenden Künste, Wien) und haben uns damals dafür interessiert das zu machen und sind noch immer dabei.

Wir haben auch schon überlegt einen Verein zu gründen, weil man dann besser um Förderungen ansuchen kann. Wir hatten schon alle Statuten und unterschrieben, aber trotzdem nie einen Verein gegründet. So in diese Richtung sind wir auch irgendwie organisiert. Wir machen einfach die Sachen die kommen. Wir treffen uns regelmäßig, setzen uns zusammen, reden und diskutieren über die Ideen und entscheiden relativ spontan, wann wir wie was wo filmen.

Einmal kommt von dem mehr, einmal von jemand anderen, je nachdem wie

viel Zeit jeder so hat neben Studium, Beruf usw.

Irgendwie ergibt es sich insgesamt sehr gut.

MR: Ich finde auch noch wichtig, dass wir bei den Beiträgen, immer alle einverstanden sind.

Wir hatten noch nie arge Grundsatzdiskussionen.

JG: Wir haben die Sendung angefangen, die Eva und ich, dass wir darüber gesprochen haben, dass es im ORF über junge, bildende Künstler überhaupt nichts gibt. Vor allem seit sie Kunststücke abgesetzt haben. Wir haben sicher ein halbes Jahr lang darüber gesprochen, dass wir gerne was machen würden, wenn es nur die Möglichkeit geben würde.

Dann sind wir auf das, damals noch Community TV Konzept gestoßen, dass sie Sendungskonzepte suchen und wir haben eingereicht.

Welche Aufgaben und Schwerpunkte habt ihr?

MR: Wir zeigen „junge Kunst“, nicht sonderlich etablierte Kunst. Wir würden nicht in die Kunsthalle gehen und einen großen Künstler/in interviewen.

Wir haben sehr viele „Off Space“ gezeigt, verschiedene Künstler,

Gruppen etc. alles junge Kunst, nicht nur in Österreich. Wenn jemand von uns im Ausland ist, dann wird da meistens auch ein Bericht gezeigt.

JG: Da ist dann das Problem der Infrastruktur, weil ins Ausland kann man keine Kamera von Okto mitnehmen, oder von der Akademie.

Deshalb haben wir um an der Akademie um Projektförderung angesucht und eine Kamera bekommen. Diese Kamera gehört uns, solange wir diese Sendung machen, die wir immer zur Verfügung haben. Spontan ist bei Okto oft nichts mehr zu haben, wenn sich mal spontan ein Interviewtermin verschiebt.

Der Zugang zu Equipment, immer, war uns ein Anliegen und das haben wir geschafft.

- Wer sind die Mitglieder?

JG: im Moment sind es die Miriam Raggam, die Miriam Lausegger, ich, dann meine Schwester, die Gudrun Gruber und die Eva Beierheimer. Die ist jetzt aber in Stockholm und macht von dort immer wieder was.

Wir sind alle Studenten und Absolventen der Akademie der Bildenden Künste in Wien.

- Beschreibung der Sendung.

MR: Der Sendungsaufbau, die Sendung heißt ja KIT, „Der Baustein“.

Unsere Sendung besteht aus mehreren Bausteinen, d.h. wir haben einen Baustein der heißt Portrait, einer Reportage, einer Spezial, eines heißt KIT Worte, es gibt KIT Video, also mehrere Bausteine und wir können dann je nach Belieben und was wir machen wollen, die Bausteine so nehmen wie wir wollen. Das ist das strukturelle Konzept. Wir filmen meist zu zweit und schneiden zu zweit und zwei Leute machen die Sendung dann fertig und bringen sie zu Okto.

Je nach dem, wer schneidet, ist der Schnitt auch anders.

ML: Je nach dem wer arbeitet und auch wen und was wir filmen, ist der Schnitt anders und verändert sich immer ganz stark. Je nachdem welche Ideen wir haben, oder was dazu passt.

Uns ist auch wichtig, dass wir die Künstler selbst die Sendung beeinflussen lassen, wenn sie das wollen.

Wir filmen die Arbeit, weil uns interessiert was die oder der macht und fragen dann auch, wie sie es möchten. Dann kommen auch oft Ideen, wie z.B. durchzufilmen, ohne Schnitt, oder dass man nur die Hände sieht, die Sachen zeigen und erklären. Die Künstler können da sehr wohl das mitgestalten und eingreifen.

MR: Wir schneiden auch nicht schneller, wie es oft im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ist, wenn etwas wertfrei ist z.B. wir schneiden wie der Künstler, die Künstlerin das möchte und wie wir es empfunden haben.

JG: es geht uns gerade beim Schnitt auch mal darum, neue Sachen auszuprobieren.

Wie z.B. ein Künstler Stefan, der uns seine Werke im Atelier gezeigt hat und wir haben es ohne Schnitt gemacht. Was im normalen Fernsehen nie vorkommen oder gehen würde. Genau diese Sachen wollen wir aber machen, auch auf die Gefahr hin, dass Leute dann sagen das ist unprofessionell oder sagen es ist fad.

Wir müssen nicht auf die Quote schauen, uns kann egal sein ob niemand zusieht oder zehn oder 500.

Gott sei dank, darf uns das egal sein. Deshalb können wir diese Sachen machen und müssen nicht schnell schneiden, oder so das es interessant wirkt.

Ich finde es schön, es soll ruhig ein Gegenstück sein.

Wir haben auch Moderation, die dann auch ich mache, oder vor kurzem zu zweit mit Miriam Raggam. Wir verstehen das nicht im herkömmlichen Sinne, wir wollten die Moderation selbst als künstlerisches Element verstehen, wo wir uns dann, weil wir ja auch alle Künstlerinnen sind, ausleben können. Wo wir uns Sachen überlegen können, wie letztens, wo wir gemeinsam mit Sprechchor die Anmoderation gemacht haben.

ML: Ich finde es auch einen ganz wichtigen Punkt, dass wir Sachen wie

Schnitt usw., da wir selber Künstlerinnen sind, als künstlerische Komponente sehen und nicht nur ausführen und einen technisch perfekten Schnitt haben, sondern, dass wir es als künstlerische Arbeit sehen und immer neue Sachen ausprobieren.

MR: KIT heißt ja die Sendung und wir haben immer Untertitel, aus einem K-, I-, und T-Wort, aus www.worte.at
Beispiele: Kaputt intakt total
Kanon interaktiver Transformationen
Kurz irgendwo tachinieren
Die passen meistens zur Sendung.

Ihr experimentiert mit Absicht?

ML: Ja, genau, weil wir es auch als künstlerische Arbeit sehen, für uns.

MR: z.B. Setzen wir harte Schnitte bewusst ein.

JG: es passiert auch, dass Fehler passieren, wie unscharfe Kamera. Wir könnten das noch viel bewusster setzen, gerade bei Okto, wo alles ehrenamtlich ist. Im normalen Fernsehen ist das anders.

Man bemüht sich, alles gut und immer besser zu machen, weil es steht ja unser Name drauf, aber trotzdem passiert es, weil eben niemand professionell bezahlt ist.

ML: Es passieren diese Sachen schon auch durch Zeitstress, aber gerade dadurch kommt man vielleicht auf eine Idee und wir überlegen, uns dann schon, macht man es so, wäre es eine Möglichkeit? Wir halten dann schon Rücksprache mit den anderen, über neue, lustige Varianten.

MR: Beispiel Anekdote:

Ich war in Stuttgart und krank und es ist mir passiert, dass ich den Ton an der Kamera versehentlich ziemlich leise gestellt habe. Wir haben den Ton auch in der Postproduktion nicht viel lauter bekommen. Man hat viele Sachen einfach nicht gehört. Der Künstler war aus Sri Lanka und sein Englisch auch mit meinem gewissen Akzent besetzt. Ups.

Dann haben wir uns gedacht, wir brauchen Untertitel, die Zeit war aber zu

knapp. Deswegen haben wir angefangen, Schlagwörter die man nicht verstanden hat, die aber ganz wichtig waren, einzublenden. Das hat sich dann durch die ganze Sendung gezogen und daraus ist eine ganz neue Sache entstanden. Wir haben das durch die Sendung durchgezogen, auch bei der Moderation und ins Bild reingezeichnet.

So ist es gekommen, obwohl es, ursprünglich ein Fehler meinerseits war.

JG: Obwohl keine Zeit war, haben wir dann die Nacht durchgearbeitet, weil es kompliziert war, die Zeichnungen und Animationen zu machen. Aber es hat uns gefallen und wir waren ganz begeistert davon.

Das wäre beim öffentlich-rechtlichen, normalen Fernsehen nie möglich.

- Programmplatz?

JG: Immer montags, 21Uhr.

Wir senden einmal alle 2 Monate, 27 Minuten.

Die ersten zwei Jahre haben wir aber monatlich Sendung gemacht. Nachdem dann aber zwei auf Auslandssemester gegangen sind, haben wir es reduziert.

Es klingt jetzt nicht nach viel, einmal monatlich, aber in Wirklichkeit ist es total stressig. Kaum ist die eine Sendung fertig abgegeben, musst du nach Themen für die nächste suchen.

Das war uns zu dritt dann einfach zu viel.

Qualität geht doch vor Quantität.

Sind bei euch immer nur Frauen die produzieren?

JG: Ja, aber, unser Layout kommt von zwei Männern. Die beide an der Angewandten studieren und wir wollten die Anfangs auch mehr einbinden aber sie hatten wenig Zeit. Wir hatten nie vor einfach nur Frauen zu sein. Es ist keine Absicht, dass wir nur Frauen sind bei KIT, dass hat sich einfach so ergeben, wir hätten nichts dagegen Männer dabei zu haben.

- Gibt es eine Finanzierung? Für die Einrichtung, oder für die Sendung?

ML: Wir haben die Kamera bekommen, durch die Projektförderung. Das war

super, weil es ein großer Unterschied an Zeitaufwand ist.

Einmal haben wir eine ÖH Förderung bekommen, damit konnten wir eine Festplatte kaufen. Zu Beginn war es gut, zum Einstieg, die Anschaffung eines Grundequipment um unabhängig von Okto zu arbeiten.

MR: Computer und Programme haben wir ja schon.

ML: Ich glaube schon, dass es ein Grund ist, warum wir noch immer Sendung machen, weil wir selbstständig arbeiten können und uns dadurch viel Zeit sparen.

Wir konnten auch alle schon schneiden und kennen uns aus mit Videoschnitt, es war kein Zusatzaufwand es zu lernen.

JG: Ich finde aber nicht, dass die Infrastruktur bei Okto unnötig ist, ich würde gerne mehr dort arbeiten, finde es schade, weil bei Problemen wie, z.B. falsches Format, ist es super, dass sie alles haben und dir helfen.

- Schulungen bei Okto?

JG: außer MR alle, es war gut und Pflicht. Weil z.B. mit Licht habe ich mich vorher nicht so befasst. Es ist auch gut wenn man manche Dinge mal wieder hört, weil vielleicht was dabei ist, was man nicht kennt.

- Habt ihr je im Studio gedreht?

JG: Nein, haben wir nie, ist auch ein bestimmtes Konzept der Sendung. Dadurch, dass herkömmliches Fernsehen immer mit Studio ist, wie Kunststücke war, Studio und dann Beiträge, das wollten wir nicht.

Ich habe mich da sogar ein bisschen an Charlotte Roche orientiert, bei Fastforward, die auch immer raus gegangen ist, das habe ich schöner gefunden.

ML: Es ist auch interessanter die Künstler dort zu filmen, wo sie arbeiten, oder in ihren Wohnungen, Ateliers, oder sie zu begleiten in dem was sie gerade machen. Das kommt ganz anders rüber, als wenn man nur in eine Ausstellung geht und die Bilder hängen sieht.

Das ist auch die Idee dahinter, eine andere Möglichkeit zu bieten um den Künstler und seine Kunst kennen zu lernen.

MR: Ja, außerdem sind Studios wahrscheinlich uninteressant.

JG: Ich hätte nichts dagegen, wenn man sich etwas überlegt, aber so wie wir begonnen haben, war es uns wichtig Dinge zu brechen und etwas anderes zu probieren und es hätte sich für mich im Studio nicht richtig angefühlt.

MR: ja, das meine ich mit uninteressant.

Neben okto?

ML: nein, naja, mit Okto verknüpft war es dann in anderen Ländern, dass es auch in Deutschland ausgestrahlt wird. Da hat uns aber Okto informiert und wir haben die Sendung eingereicht.

Wir haben uns aber überlegt es im Internet online zu stellen, aber wir haben es noch nicht geschafft.

- Gibt es eine Veröffentlichung abseits von Okto?

MR: Wir sind da in einem Archiv dabei.

ML: das ist ein Archiv über junge Künstler in Wien, wo auch andere Galerien, Kuratoren, Künstler hingehen können und sich Portfolios ansehen können. Dort gibt es auch eines von uns, mit den ganzen Sendungen.

- Wer ist die Zielgruppe? Wer ist das Publikum?

- Gibt es Feedback, Kontakt zu den „Sehern“?

JG: Nein, wir haben aber früher immer so KIT Fernsehen gemacht, wo wir uns zur Sendungsausstrahlung getroffen haben, zuerst im Transporter, dann im Schikaneder. Da hatten wir natürlich Kontakt und haben gewusst, OK, die Leute die es interessiert kommen hin und geben dann natürlich auch Feedback, das war cool, oder hat uns weniger gefallen, obwohl negatives Feedback sehr selten kommt.

Aber sonst ist es schwierig, wir können ja keine Erhebung machen. Es freut uns aber immer, wenn jemand herkommt und sagt, ich habe das und das gesehen, habe es so und so gefunden,

das passiert schon auch, aber eher im Freundes- und Bekanntenkreis.

Sonst finde ich aber, es ist der volle Luxus, es nicht wissen zu müssen, ins Dunkle raus produzieren zu können und wem es gefällt schön und wem nicht, auch schön. Wenn jemand Kritik gibt kann es auch wieder anregend sein.

ML: Unser Zielpublikum ist es, junger Kunst eine Plattform zu geben, was zu zeigen und zu machen, das Ansehzielpublikum ist der, den es interessiert.

JG: Wir machen es für Leute die es interessiert und die, die wir zeigen. Unser Publikum sind Leute die selber Kunst machen und die sich damit identifizieren.

Weil mit diesen sprechen wir, von den anderen weiß ich ja nichts.

Wir zeigen was unser Umfeld ist, was uns interessiert, natürlich kann es andere Leute ansprechen, die von einem anderen Umfeld kommen, dass freut mich dann.

ML: wir produzieren nicht speziell für irgendwen.

- Kann man von einer Demokratisierung der Produzenten oder der Medienlandschaft durch Okto sprechen?

MR: Ich finde freies Fernsehen, genauso wie freies Radio, sehr wichtig. Ich war selbst lange beim freien Radio in Graz. Ich finde es extrem wichtig, weiß nicht ob es die Medienlandschaft dann demokratisieren kann.

Freies Radio ist ja aus einer politischen Konsequenz raus entstanden, dadurch dass Menschen ihre Meinung sagen wollten und dafür einen Zugang haben wollten. Ich kann mir vorstellen, dass freies Fernsehen genauso entsteht. Und aus diesem Grund ist es eine Notwendigkeit für mich.

JG: Ich habe jetzt etwas darüber nachgelesen und weiß, dass es sehr verzweifelte Versuche waren, vor allem in Wien in den 90er Jahren um die eigene Meinung ins Fernsehen zu bekommen. Videoexperiment in Kaffeehäusern.

MR: Piratenradio und Fernsehen gibt es ja noch immer, dort wo keine Möglichkeit ist. Okto hat es jetzt für Wien geschafft.

JG: ich finde es total wichtig, dass es das jetzt gibt, dass jeder Zugang zur Technik hat, weil es ja doch ein gewisser Machtstatus ist, den der ORF hat und dieser muss gebrochen werden. Es etabliert sich eine Fernsehsprache, so schneide ich, weil so wird das Sehen nicht gestört.

Es ist total wichtig, dass bei Okto solche Dinge wieder aufgebrochen werden. Wo man wieder hinterfragen darf und kann und soll. Warum soll man nicht sehen, dass da eine Kamera ist, das so und so geschnitten wird usw.

Das funktioniert nur in einem freien Medium.

ML: Ich glaube auch inhaltlich gibt es mehr Möglichkeiten als beim normalen Fernsehen. Da bietet Okto ganz andere Dimensionen und auch, dass es jeder machen kann. Das sind andere Möglichkeiten, mit anderen Ergebnissen. Das trägt auch zur Weiterbildung der Zuseher bei, weil sie es selbst machen können und dann wieder kritischer den ORF ansehen.

- Seht ihr durch Okto die Möglichkeit eine größere Öffentlichkeit zu erreichen?

ML: Ja, auf jeden Fall. Fernsehen ist ja auch ein größeres Medium, als eine Galerie, damit erreicht man auch mehr Leute. Da junge Kunst im Fernsehen so gut wie gar nicht vertreten ist, war es unser Anliegen mit dieser Sendung einen Raum und Öffentlichkeit dafür zu geben.

Und Kunst, abgesehen von Ausstellungen und Galerien, vielleicht auch ins Wohnzimmer zu bringen, für jemand, der sonst damit nicht soviel am Hut hat.

MR: Durch Fernsehen schafft man Öffentlichkeit.

JG: Klar war es uns wichtig, weil es uns eben aufgefallen ist, im ORF, dass es dafür keine Plattform gibt. Unsere Frage war, warum soll Kunst da so total ausgeschlossen sein.

- *Habt ihr Kontakt zu anderen Sendungsteams?*

JG: Ich schon, weil eine von Anschläge TV eine Arbeitskollegin bei FM4 von mir ist.

Sonst immer mal wieder, aber so ein richtiges Netzwerk gibt es nicht.

ML: Ich würde sagen, so richtigen Kontakt zu anderen Sendungsmachern, dass man zusammen über das Sendungsmachen spricht, haben wir nicht.

MR: Es war auch nie das Bedürfnis danach und das ist auch nicht böse gemeint.

ML: Ich glaube das ist unterschiedlich, manche Sendungsmacher brauchen den Austausch und für uns war das Bedürfnis nie da.

ML: wir brauchen den Austausch mit anderen Leuten in diesem Sinn auch nicht, weil wir den Austausch untereinander haben und wir sind eine größere Gruppe und sehen uns regelmäßig.

Wir sind auch zeitlich schon erschöpft.

Pläne für die Zukunft?

JG: Die Miriam Raggam hat vor kurzem was Schönes gesagt. Wir sind jetzt 3 Jahre alt und sie hätte gerne, dass wir mal 10 Jahre alt werden. Das habe ich

schön gefunden, obwohl es schwierig ist und wir kein Geld dafür bekommen. Aber man entwickelt sich und es ist ein schöner Sprecherstab den man in die Hand bekommt, bei Okto, wo man sich selber artikulieren kann oder Leuten den Platz geben, sich selber zu artikulieren. Das finde ich ein schönes Bild, zum Zehn-Jahres-Fest von KIT.

Und ein kleines Budget von Okto für jede Sendung, ein Unkostenbeitrag, wäre super.

ML: Geld, nicht für uns, sondern für die Ausgaben, wäre super. Für Mini DV Kassetten, Festplatten, Kabeln usw. Das tragen wir jetzt alles privat.

Wie kommt ihr zu den Themen?

JG. Wir senden Emails aus, über den Akademieverteiler, an Leute die wir kennen und an den Angewandtenverteiler, an künstlerische Netzwerke wo wir die Leute auffordern uns zu kontaktieren, eben weil wir auch Videos zeigen.

Oder bei Ausstellungen, oder wenn man jemand kennen lernt, dann denkt man, he, über den sollte man etwas machen, weil ich die Arbeit gut und interessant finde. Es ist mehr Zufall.

Abstract

Der Fokus dieser Arbeit liegt auf den Sendungsmacher von OKTO, dem ersten partizipativen Fernsehsender Österreichs. Mein Ziel ist, die Arbeit und Situation der aktiv Beteiligten zu betrachten, da ich der Meinung bin, dass neben den vielen theoretischen Diskursen der wichtigste Bestandteil eines partizipativen Rundfunkkanals oftmals untergeht.

Ich versuche herauszufinden in wiefern Ansätze aus Brechts Radiotheorie bei OKTO wieder findbar sind.

Aus Bertold Brechts „Radiotheorie“ habe ich seinen Satz „... *was für Darbietungen da aus der Sphäre kamen*“ in Bezug auf OKTO diskutiert und werde in Folge drei von mir gewählte Sendungen vorstellen, wie im Titel dieser Diplomarbeit sichtbar wird.

„Welche Darbietungen kommen aus der ‚offenen‘ Sphäre? OKTO – Partizipation am Beispiel dreier Sendungsmacher“.

„Offen“ steht als Verbindung für freie Meinungen, einen offenen Zugang sowie eine gewisse Ähnlichkeit zu „Offenen Kanälen“. Die Gemeinsamkeit liegt in der Partizipation, obwohl OKTO kein „Offener Kanal“ ist.

Anfangs stelle ich partizipative Medienprojekte vor, welche als direkte Vorläufer von OKTO gesehen werden können.

Anschließend betrachte ich Brechts Aussagen, Forderungen und Ziele, welche er mit der Radiotheorie bezwecken wollte. Mit OKTO ist diese Theorie nicht direkt vergleichbar, da dieser Sender seinen Ursprung im Jahr 2005 hatte, Brechts pädagogischen Absichten, die Gesellschaft in einem sozialen Kollektiv stärker zu machen, jedoch im Kontext der Weimarer Republik zu sehen sind.

Danach stelle ich den Fernsehsender OKTO vor, seine Richtlinien und Grundsätze um in Folge die drei Sendungsmachern und Sendungen „Aufdraht“, „AKKU“ und „KIT“ vorzustellen. Ich erläutere Inhalt und Struktur von je zwei Sendungen. Die erste Sendung aus dem Jahr 2005 und eine aktuelle aus dem Sommer 2008. Anhand der davor geführten Experteninterviews betrachte ich die Arbeitsweisen, Voraussetzungen,

Umstände und Ziele der jeweiligen Sendung. In der Produktionsanalyse wird dies verdeutlicht und der wichtigste Zugang für mich hergestellt.

Abschließend zeige ich Gemeinsamkeiten und Unterschiede der drei Sendungsproduzenten auf. Hierbei ist wichtig, dass ich nicht auf technischen Fehler eingehen werde, da im Kontext einer ehrenamtlichen Tätigkeit das Gesamtbild entscheidend ist.

Zusammenfassend lässt sich anmerken, dass Bertold Brechts Radiotheorie mit OKTO zwar in keiner direkten Verbindung steht, sein Ziel, eine Veränderung der Gesellschaft ansatzweise bei OKTO zu erkennen ist. Als partizipativer Fernsehsender stellt OKTO in der österreichischen Medien- und Fernsehlandschaft ein wichtiges Vorzeigebispiel dar. Wie sich in Bezug auf die Sendungsmacher und Sendungen herausgestellt hat, wird Brechts Aussage gültig: „Es ist ohne Experimente einfach nicht möglich.“ Einerseits werden diese Experimente innerhalb der Sendung sichtbar und am Beispiel von KIT gezielt eingesetzt. Andererseits wird dies im Senderkonzept von OKTO erkennbar, da es in Österreich noch nie einen nichtkommerziellen, partizipativen Fernsehsender gegeben hat.

Curriculum Vitae

PERSÖNLICHE DATEN

Name: Elke Wimmer
 Geburtsdatum/-ort: 23. Oktober 1982/Linz
 Staatsangehörigkeit: österreichische Staatsbürgerschaft

SCHULBILDUNG

2001 – 2002 Externisten Matura, Freie Waldorfschule Linz
 1989 - 2001 Freie Waldorfschule Linz

STUDIUM

Seit 2002 Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft
 an der Universität Wien

BERUFSTÄTIGKEITEN

2005 - 2009 Wiener Lustspielhaus, Produktionsleitung
 2005 – 2008 UTV (Universitätsfernsehen) Kassier, Produktion, Redaktion,
 Kamera, Schnitt
 2004 – 2005 Galerie Christine König, Wien, Praktikum
 1999 – 2002 Theater Phönix, Linz, Billeteurin, Abenddienst, Garderobe