



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Der Rundfunk gehört den Bürgern!“

Konzept zur Gründung eines
nicht-kommerziellen, partizipativen,
multilingualen und interkulturellen
Offenen Fernsehkanals
in der Autonomen Provinz Bozen - Südtirol.

Verfasser

Florian Platter

angestrebter akademischer Grad
Magister der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreuer:

A 301 295
Publizistik- und Kommunikationswissenschaften
O. Univ. Prof. Dr. Thomas A. Bauer

„Das Wesen Tirols liegt in seinem Reichtum an Volksgruppen,
seinem Reichtum an Sprachen,
seinem Reichtum an Kulturen,
seinem Reichtum an Unterschieden
und auch im historischen Auftrag, daran nicht zu zerbrechen,
sondern daraus, in für Europa beispielhafter Weise, schöpferische Kräfte freizumachen,
die dazu befähigen eine neue Kultur echten Zusammenlebens
auf der Grundlage dauerhafter gegenseitiger Wertschätzung zu entfalten.

Wir müssen uns die Frage stellen,
ob nicht analog zur Situation in der Schweiz der Zeitpunkt kommen wird,
an dem wir feststellen, daß sprachlich kulturelle und mentalitätsmäßige Vielfalt
im südlichen Landesteil zur Landesidentität dieses Südtirol werden muß.“

- Ignaz Vinzenz Zingerle -

DANKSAGUNG

Ganz besonderer Dank gebührt zuallererst meinem Diplomarbeitsbetreuer
O. Univ. Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer, der mich nicht nur stets mit großer
Professionalität und enormer Herzlichkeit unterstützte, sondern der mir auch die
überaus lehrreiche Fahrt nach Berlin, zur Bürgermedienkonferenz des
Bundesverbandes Offener Kanäle, ermöglichte.

Ferner möchte ich mich bei dessen Studienassistenten Mag. Christian Meidl
für die hilfreichen Tipps und den fachkundigen Beratungen bedanken.

Sehr dankbar bin ich allen Experten, die sich die Zeit genommen haben, mit viel
Geduld und Fachwissen, meine Fragen zu beantworten. Genau so zu Dank verpflichtet
bin ich allen Personen, Parteien, Vereinen, Institutionen in Südtirol, als auch in der EU,
die mich und meine Anliegen ernst genommen haben und die Gründung eines Offenen
Kanals in Südtirol unterstützen würden.

Ein herzliches „Donkschian“ gebührt meinem Bruder Martin, für seine Hilfe, seine
Geduld und dafür, dass er jederzeit wie ein Fels in der Brandung für mich da ist!
Diese brüderliche Freundschaft bedeutet mir unbeschreiblich viel.

Speziell bedanken möchte ich mich auch bei meiner Freundin Angela, für die
kontinuierliche (moralische) Unterstützung, das nötige Verständnis und dafür, dass sie
mir stets zur Seite stand
und mich immer wieder aufgemuntert und zum lachen gebracht hat.

Ganz liebevoll möchte ich mich schließlich bei meinem Vater und meiner Mutter
bedanken, nicht nur dafür, dass sie mir meine Ausbildung ermöglicht und alles nur
Erdenkliche für unser Wohl getan haben, sondern auch dafür dass sie uns stets
Unterstützung, Vertrauen, Freiraum und Liebe gegeben und immer ein offenes Ohr
oder eine fürsorglich Umarmung gehabt haben.

Deshalb und nicht nur, von ganzem Herzen **DANKE!**

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst habe, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe. Ich habe die vorliegende Arbeit bisher weder im In- noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt.

Ich habe mich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen und ihre Zustimmung zur Verwendung der Bilder in dieser Arbeit eingeholt.

Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, ersuche ich um Meldung bei mir.

Wien, Februar 2009

Florian Platter

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINLEITUNG.....	1
1.1 Forschungsstand, Theorie und Methodologischer Zugang.....	5
1.2 Hypothesen, Forschungsinteresse , -fragen und -ziele.....	11
1.3 Gliederung der Arbeit.....	15
2. DER OFFENE KANAL.....	17
2.1 Begriffsdefinitionen.....	18
2.2 Abgrenzungen zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Medien.....	24
2.3 Differenzierungen innerhalb der Bürgermedien.....	29
2.4 Merkmale Offener Kanäle.....	34
2.5 Funktionen und Zielsetzungen.....	35
2.6 Organisation und Finanzierung.....	44
2.7 Personal- und Programmstruktur.....	49
3. THEORIEN ZU DEN OFFENEN KANÄLEN.....	56
3.1 Bertold Brecht: „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat“.....	57
3.2 Walter Benjamin: „Der Autor als Produzent“.....	60
3.3 Hans-Magnus Enzensberger: „Baukasten zu einer Theorie der Medien“.....	62
4. GESCHICHTE UND ENTWICKLUNG VON BÜRGERMEDIEN.....	66
4.1 Geschichte und Entwicklung von Bürgermedien in den USA.....	68
4.2 Geschichte und Entwicklung von Bürgermedien in Deutschland.....	73
4.3 Geschichte und Entwicklung von Bürgermedien in Österreich.....	78
4.4 Die Mediensituation in Italien.....	87
5. BEISPIELE FÜR BÜRGERMEDIEN IN MULTIKULTURELLEN UND MEHRSPRACHIGEN GEBIETEN.....	96
5.1 Offener Kanal der Deutschsprachigen Gemeinschaft in Ostbelgien.....	96
5.2 Grenzüberschreitendes Fernsehen: das deutsch-französische Projekt „Euroclick/Mosaik“.....	100
5.3 „Telile TV“: das bilinguale Community Fernsehen in Nova Scotia, Kanada.....	102
5.4 Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Südtirol.....	106

6. EINFÜHRUNG IN DIE GESCHICHTE, POLITIK, GESELLSCHAFT UND MEDIENSTRUKTUR SÜDTIROLS	108
6.1 Einführung in die Südtiroler (Parallel-)Gesellschaft: Demographische Betrachtungen und kritische Analyse des politischen, kulturellen und sozialen Systems.....	109
6.2 Kurze Geschichte Südtirols.....	119
6.2.2 Südtirol vor dem 1. Weltkrieg.....	119
6.2.2 Annexion durch Italien.....	120
6.2.3 Südtirol zwischen italienischem Faschismus und deutschem Nationalsozialismus.....	121
6.2.4 Südtirol nach dem 2. Weltkrieg: Der lange Weg zur Autonomie.....	123
6.2.5 Entwicklung bis heute: Gegeneinander, Nebeneinander aber (noch) kein Miteinander.....	125
6.3 Einführung in das (ethnisch getrennte) Mediensystem Südtirols.....	130
6.3.1 Printbereich.....	132
6.3.2 Audiovisuelle Medien.....	139
7. ANALYSE DES ETHNISCH GETRENNTEN KULTUR-, GESELLSCHAFTS- UND MACHTSYSTEMS IN SÜDTIROL UNTER BESONDERER BERÜCKSICHTIGUNG DER CULTURAL STUDIES THEORIEN	145
7.1 Theoretische Grundlagen.....	146
7.2 „Je klarer wir trennen, desto besser verstehen wir uns!“ : Identität und Differenz in der deutschen und italienischen Sprachgruppe Südtirols.....	135
7.3 “Culture as a whole way of conflict“ : Das ethnische Pendel Südtirols.....	165
7.4 „Die Herrschaft der Provinzfürsten“ : der politisch-mediale Machtkomplex in Südtirol.....	169
8. CHANCEN UND GRENZEN FÜR EINEN OFFENEN KANAL IN SÜDTIROL	174
8.1 Warum braucht Südtirol überhaupt einen Offenen Kanal?.....	174
8.2 Potenzielle Risiken für einen Offenen Kanal.....	181
9. KONZEPT FÜR EINEN OFFENEN KANAL IN SÜDTIROL	187
9.1 Leitlinien und Grundsätze.....	187

9.2 Merkmale.....	189
9.3 Mögliche Projekte, Programme und Kooperationen.....	198
10. UMSETZUNG.....	206
10.1 Voraussetzungen für einen Offenen Kanal in Südtirol.....	206
10.1.1 Technische Grundlagen.....	208
10.1.2 Wirtschaftliche Machbarkeit.....	211
10.1.3 Politische Rahmenbedingungen.....	216
11. CONCLUSIO.....	220
12. LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS.....	229
13. TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	251
14. ANHANG.....	255
14.1 Unterstützungserklärung (Muster).....	255
14.2 Anfrage für eine Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol (Muster: deutsche Fassung).....	256
14.3 Anfrage für eine Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol (Muster: italienische Fassung).....	257
14.4 Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol.....	259
14.4.1 José Manuel Durão Barroso, Präsident der Europäischen Kommission.....	259
14.4.2 Viviane Reding, EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft & Medien...	260
14.4.3 Karin Resetarits, EU-Parlamentarierin, österreichische Journalistin, Moderatorin und Autorin.....	261
14.4.4 Johannes Schütz, Herausgeber der „Studie zur Umsetzung eines Offenen Fernsehkanaals“, sowie Obmann des „Arbeitskreises Offene Kanäle Österreich“ (AOKÖ).....	262
14.4.5 Michl Ebner, SVP-Politiker, EU-Parlamentarier, Präsident der Handelskammer Bozen und Direktor des Athesia-Verlages.....	263
14.4.6 Oskar Petterlini, SVP-Mitglied, ehemaliger Abgeordneter im Südtiroler Landtag und jetziger Vertreter Südtirols im römischen Senat.....	264
14.4.7 Luis Durnwalder, Landeshauptmann Südtirols.....	264
14.4.8 Luca Refatti, Demokratische Partei (partito democratico) Südtirol.....	265
14.4.9 Andreas Pöder, Union für Südtirol.....	265
14.4.10 Werner Thaler, SÜD-TIROLER FREIHEIT.....	266
14.4.11 Stefan Lausch, Initiative für mehr Demokratie.....	267

14.4.12 Peter Grünfelder, Kulturportal Südtirol.....	267
14.4.13 Günther Niedermair, Jugend und Kulturzentrum „UFO“	268
14.4.14 Thomas Brancaglion, Volontär beim Bürgermedienradio „RadioTandem“..	268
14.4.15 Kurt Duschek, Gründer der Internetvideoplattform „Sprachrohr.tv“.....	269
14.4.16 Reinhold Messner, Extrembergsteiger und Politiker der Grünen.....	269
14.4.17 Lilli Gruber, Nachrichtensprecherin und ehemalige EU-Parlamentarierin....	270
14.4.18 Günther Rautz, European Academy Bozen/Bolzano (EURAC).....	270
14.4.19 Christian Rainer, Landespresseamt Südtirol (LPA).....	270
14.4.20 Sepp Kusstatscher, Politiker der Südtiroler Grünen und EU- Parlamentarier.....	272
14.5 EXPERTENINTERVIEWS.....	273
14.5.1 Experteninterview mit Jürgen Linke, Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin.....	273
14.5.2 Experteninterview mit Bettina Wiengarn, Leiterin des Offenen Kanals Magdeburg und Vorsitzende des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK)....	275
14.5.3 Experteninterview mit Johannes Schütz, Obmann des Arbeitskreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ).....	276
14.5.4 Experteninterview mit Günther Pallaver, Universitätsprofessor, Autor und Journalist, sowie Mitbegründer der Forschungsgruppe „mediAwatch“.....	282
14.5.5 Experteninterview mit Georg Plattner, Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS).....	289
14.5.6 Experteninterview mit Pieter de Wit, Präsident des Community Media Forum Europe (CMFE) und Direktor der niederländischen Föderation von „community media“ (OLON).....	293
14.5.7 Experteninterview mit Gloria Hill, Geschäftsführerin des kanadischen Community-Senders „Telile TV“.....	294
14.6 ZUSAMMENFASSUNG.....	297
14.6.1 Abstract.....	298
14.6.2 Astratto.....	299
14.7 CURRICULUM VITAE.....	300

1. EINLEITUNG

Wir leben in einer sich ständig verändernden, globalisierten Welt voller neuartiger (technischer) Entwicklungen. Bilder und Texte jeglicher Art werden in Lichtgeschwindigkeit über omnipräsente Datenhighways durch die weite Welt des Internets geschickt. Wer hätte noch vor knapp dreißig Jahren daran gedacht, dass es heutzutage für eine Großzahl von Menschen „normal“ ist die verschiedensten Kommunikationsmittel zu nützen. Doch während sich die einen kinderleicht in der schönen, neuen Mediengesellschaft zurechtfinden, müssen sich die anderen diese (Medien-)Kompetenzen erst hart erarbeiten. Vor allem die älteren Generationen und Menschen, ohne Zugang zu Medien, fühlen sich durch die heutige Informations- und Bilderflut meist überfordert. Die problematische Entwicklung zwischen Wissen und Nicht-Wissen (Stichwort: „digital gap“) stellt eine große Herausforderung für unsere Gesellschaft dar. Für die Mehrheit der Medienkonsumenten bereitet ferner die kritische Nutzung von Medien und das Erkennen ihrer manipulativen Wirkung besondere Schwierigkeiten. Der Zugriff auf, die Macht über, sowie die Vermittlung von Informationen ist einer kleinen Minderheit vorbehalten, die durch mannigfaltige Einflüsse und Interessen aus Wirtschaft und Politik determiniert wird. Der Großteil der RezipientInnen nimmt das was in den Medien vermittelt wird für bare Münze und hinterfragt nicht warum etwas auf ganz bestimmte Art und Weise gesendet bzw. gedruckt wird. Wer mit welcher Absicht entscheidet über was gesprochen/gelesen wird und über was nicht (Stichwort: „agenda setting“ und „gate keeper“), bzw. wer etwas in welcher Form sagen darf und wer nicht (Selektion und Zensur). Nur selten wird das, in der Konstruktion, Akzentuierung und Exklusion gewisser Themen, immanente Macht- und Manipulationspotential erkannt.

In den letzten Jahrzehnten konnte man des Weiteren eine zunehmende Kommerzialisierung, Banalisierung, „Entertainisierung“ und Manipulierung der Medien feststellen. So hat das Diktat des Marktes bzw. das rein ökonomische Interesse, vor allem im privat-kommerziellen Fernsbereich, längst den Informations- oder Bildungsauftrag als primäre Zielsetzung abgelöst. Die heutigen RezipientInnen werden vornehmlich mit niveaulosen Fließbandprogrammen à la „Big Brother“, „Germany’s Next Topmodel“ oder „Schön und Reich“ bombardiert. Dabei soll diese mediale Dauerberieselung nicht nur unseren Verstand hypnotisieren, unsere Sensationsgier und unseren Voyeurismus befriedigen, unser Konsumverhalten stimulieren, unsere

Sehgewohnheiten und Schönheitsideale beeinflussen und uns vom Alltag ablenken (Stichwort: Eskapismus), sondern sie trägt – in meinen Augen – wesentlich zur allgemeinen Volksverdummung bei. Dieses so genannte „Unterschichtenfernsehen“ soll die RezipientInnen ferner vom selbstständigen, kritischen Denken abhalten und durch nicht oder kaum vorhandene Artikulations- und Partizipationsmöglichkeiten wird den BürgerInnen das selbstständige (Mit-)Gestalten am medialen Diskurs verwehrt. Das Recht auf freie Meinungsäußerung kann in den herkömmlichen Massenmedien meist nicht erfüllt werden. So sagte Hans-Magnus Enzensberger bereits vor Jahrzehnten, dass das Fernsehen nicht der Kommunikation, sondern ihrer Verhinderung diene!¹ Umso wichtiger ist es (neue) Alternativen zu schaffen, in dem man freie, nicht-kommerzielle, unabhängige und von BürgerInnen selbst gestaltete Medien gründet, unterstützt und stärkt. Doch die Mehrheit der Bevölkerung weiß grundsätzlich wenig über die Existenz von Bürgermedien vor allem nicht, welche vielfältigen und grundlegenden Funktionen sie seit Jahren an unzähligen Orten erfüllen. Dies soll hier in aller notwendiger Kürze erklärt werden:

Der Offene Kanal ist freies, gemeinnütziges, nicht-kommerzielles, unabhängiges, lokales oder regionales Radio und Fernsehen, welches allen BürgerInnen einen diskriminierungsfreien und gleichberechtigten Zugang garantiert und ihnen die Möglichkeit bietet, sich mit selbst gestalteten und eigenverantwortlich produzierten Beiträgen unter fachkundiger Anleitung von Medienassistenten – ohne Zensur, doch unter Einhaltung allgemeiner gesetzlicher Bestimmungen – an die Öffentlichkeit im jeweiligen lokalen Verbreitungsgebiet zu wenden. Der Offene Kanal stellt Produktions- und Senderinfrastruktur kostenlos zu Verfügung und wird selbst meist durch die öffentlichen Hand finanziert. Ein Offener Kanal ist Fernsehen zum Selbermachen, von BürgerInnen für BürgerInnen!²

Offene Kanäle sind Instrumente zur Verwirklichung von Meinungs- und Redefreiheit, zur Stärkung des Meinungs- und Medienpluralismus, sie fördern die kommunikative Chancengleichheit für vernachlässigte Gruppen und das Herstellen von Öffentlichkeit und Bewusstsein für vernachlässigte Themen, die von den konventionellen (öffentlich-

1 Vgl.: ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S.265.

2 Vgl.: LAUFF, Werner: Offene Kanäle – Ein Zukunftsmodell. Rede anlässlich der „Tagung Bürgermedien“ der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und des Landesverbandes Offener Kanäle Sachsen-Anhalt e.V. Magdeburg, 2007. Online im WWW unter URL: <http://lauff.org/r190207.html> [Format: PDF; Stand: 4.7.2008].

rechtlichen und privat-kommerziellen) Medien ausgeklammert werden. Offene Kanäle können als Orte der Kommunikation und Begegnung, der Kultur und Bildung angesehen werden. Sie vermitteln Medienkompetenz, leisten Integrationsarbeit, fördern den interkulturellen Dialog, die kommunikative Qualifizierung und soziale Kompetenzen. Sie verrichten politische Bildungsarbeit und beleben den öffentlichen Diskurs, sowie den politischen, kulturellen und sozialen Nahraum. Offene Kanäle sind Orte gelebter Demokratie! Sie sind Orte der Integration, Interaktion und Gleichberechtigung aller gesellschaftlichen Gruppen.³

Während der eben genannte Nutzen und die vielfältigen Funktionen Offener Kanäle von etlichen Ländern bereits anerkannt und unterstützt werden, wäre es mir ein großes Anliegen, den außerordentlichen (Mehr-)Wert und die enormen Chancen eines mehrsprachigen und interkulturellen Offenen Kanals für Südtirol, in dieser Arbeit hervorzuheben. Ich möchte den/die LeserIn über die Wichtigkeit demokratischer, unabhängiger und für alle zugänglicher Bürgermedien im Allgemeinen überzeugen und sie im Speziellen auf die schwerwiegenden demokratie-politischen Defizite in Südtirol aufmerksam machen. So bin ich der Auffassung, dass ein über sprachliche- und ethnische Grenzen hinausgehender Offener Kanal, zum einen wichtige Impulse für eine Annäherung, Interaktion, sowie besseren Kommunikation und Verständigung zwischen den Sprachgruppen Südtirols setzen könnte. Zum anderen würde eine derartige Initiative, einen wesentlichen Counterpart zum ethnisch getrennten Medien-, Kultur-, Bildungs- und Politiksystem der Provinz darstellen und die einseitige, ethnisch gefärbte Berichterstattung durch vielfältige und unzensierte Stimmen aus der Bevölkerung bereichern. Statt alte Ressentiments, Vorurteile und Unterschiede zu (re-)konstruieren, könnten durch einen gemeinsamen Offenen Kanal notwendige Sprach- und Kulturbrücken gebaut, Toleranz und interkulturelle Dialog gefördert und das erste mehrsprachige, multikulturelle Bürgermedienprojekt in Südtirol bzw. in ganz Italien, initiiert werden.

Es scheint sogar, als ob die Chancen zur Umsetzung von Bürgermedien, aufgrund von ernsthaften Bemühungen der Europäischen Union, um eine rechtliche Anerkennung

3 Vgl: RESETARITS, Karin (Commissione per la cultura e l'istruzione): Testo sui media comunitari in Europa. Bruxelles: Parlamento Europeo, 2007. Online su: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//IT> [HTML; 30.09.2008] ; Vgl. dazu auch: BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): Buckower Perspektiven – Offene Kanäle gestalten Zukunft. Buckow, 2004. Online im WWW unter URL: <http://www.bok.de/doku/buckow04.pdf> [Format: PDF; Stand: 30.6.2008].

und aktive Förderung seitens der einzelnen Mitgliedsstaaten einerseits und durch die technischen Entwicklungen (Digitalisierung des Rundfunks, Preisrückgang im audiovisuellen Bereich), recht gut stehen. Zudem erklärte die Europäische Union 2009 zum vielversprechenden „Jahr der Kreativität und Innovation“, welches das „Jahr des interkulturellen Dialogs“ 2008 ablöste. Könnte ein besserer symbolischer Rahmen zur Gründung eines Offenen Kanals in Südtirol erdacht werden?

Die Zukunft wird zeigen, ob die rechtlichen Grundlagen geschaffen, die finanzielle Frage geregelt und vor allem die Schwierigkeiten im politischen Willensbildungsprozess gelöst werden können. Es wird sich herausstellen, ob die Bevölkerung und die Politik Südtirols schon bereit ist für einen multikulturellen, mehrsprachigen Offenen Kanal und für einen ernsthaften und konstruktiven interkulturellen Dialog. Es wird sich ebenfalls zeigen, wieviel Innovation, Meinungsvielfalt, Medienpluralismus, Unabhängigkeit und Demokratie die politische Führung der prädominierenden politischen Partei der Südtiroler Volkspartei (SVP), dem Land und seinem Volk zugestehen wird! Denn die Geschichte lehrt uns, dass freie Medien, die außerhalb der Kontrolle und Zensur „von oben“ liegen, sowie eigenständige, selbstbestimmte und denkende Menschen, die ihre Meinungen kundtun und Missstände öffentlich diskutieren, seit jeher von der jeweiligen politischen Elite nicht gerade wohlwollend gefördert werden. Diesbezüglich braucht man nur einen Blick in Richtung Rom oder Moskau, Havanna oder Washington, Peking oder Pjöngjang zu werfen!

„Der Rundfunk gehört den Bürgern“ – dieser Ausspruch des ehemaligen WDR-Intendanten Friedrich Freiherr von Sell forderte im Jahre 1978 eine aktive Beteiligung der BürgerInnen am Rundfunk. Die Idee des gesellschaftlichen Gemeineigentums am Rundfunk⁴, die Sicherung des Rechts auf Rede- und Meinungsfreiheit, die Transformation vom passiven Medienkonsumenten zum aktiven -produzenten, sowie allgemein das Bedürfnis nach freien, nicht-kommerziellen und partizipativen (Bürger-) Medien wurde von zahlreichen Menschen schon vor Jahrzehnten angestrebt. Doch während die Forderungen Brechts in den 1930er Jahren oder Enzensbergers in den 1970er Jahren noch ungehört blieben, sind sie heute dank der technischen Möglichkeiten und der rechtlichen Anerkennung in den verschiedensten Ländern schon längst Realität. Diese Chance bzw. diese Möglichkeit sollte auch in Südtirol nicht

4 Vgl.: KAMP, Ulrich: Vom Stand der Dinge. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.11f.

ungenützt gelassen und die Wichtigkeit oder sogar Notwendigkeit eines pluralistischen Mediensystems, sowie einer freien, bürgernahen und selbst gestalteten Kommunikation, für dieses spezielle multikulturelle, mehrsprachige Land, nicht verkannt werden!

1.1 Forschungsstand, Theorie und Methodologischer Zugang

In den letzten 30 Jahren seit der Entstehung von Bürgermedien im Allgemeinen und der Etablierung von Offenen Kanälen im Besonderen, hat sich eine Vielzahl an Literatur zu diesem Thema angesammelt. Dabei konzentrierte sich die Forschung vornehmlich auf die Erprobungsphase Offener Kanäle in Deutschland, da damals eine wissenschaftliche Begleitung von den jeweiligen Bundesländern vorgeschrieben wurde. Diesbezüglich waren die verschiedenen Publikationen von Christian **Longolius**, besonders der Titel „Fernsehen in Deutschland. Offener Kanal: Eröffnung der Diskus“ und der Text „Offene Kanäle nach der Aufbauphase“ von Peter **Winterhoff-Spurk**, von großem Wert. Des Weiteren sammelten sich in den darauf folgenden Jahren eine ganze Reihe von empirischen Untersuchungen, die mit diversen Methoden und unterschiedlichem Forschungsfokus, sowohl die Akzeptanz und die Bekanntheit von Bürgermedien, sowie die Merkmale und Inhalte der einzelnen Sendungen, als auch die Nutzung, die Motive und allgemeine Einstellungen der ProduzentInnen des Offenen Kanals erforschten. Hierbei war sicherlich die Arbeit von Peter **Winterhoff-Spurk**, der die Ergebnisse zahlreicher Untersuchungen in seinem Buch „Der Offene Kanal in Deutschland“ zusammenfasste, von großer Bedeutung. Auch die empirische Studie zur Nutzung und Bewertung des Offenen Kanals in Hamburg von Otfried **Jarren** lieferte wichtige Erkenntnisse für diese Arbeit. Weitere Forschungsberichte, die in diese Diplomarbeit integriert wurden, waren die **Nutzungs- und Reichweitenanalyse des EMNID-Instituts** über die niedersächsischen Bürgermedien und die Studie mit dem klingenden Namen „**Seitenwechsel**“ über die Frage, was Offene Kanäle den Menschen geben. Daneben entwickelte sich im Laufe der Jahre eine regelrechte Bücherflut zu diesem Thema, von denen das umfassende Werk des **Offenen Kanals Merseburg-Querfurt** über Medienkompetenzerwerb und medienpädagogisches Handeln, das Buch „der Offene Kanal als Bürgermedium“ von Hans-Wolfgang **Rolli** und die Publikation „Rundfunk für alle“ von Andreas **Vogel** äußerst relevant und hilfreich für diese Diplomarbeit waren. Neben den vielfältigen interessanten Aufsätzen, Reden und Vorträge im Rahmen diverser Tagungen (z.B. des

Bundesverbandes Offener Kanäle Deutschland), stellte vor allem die undurchschaubare Masse an Hochschulschriften eine fruchtbare Quelle für diese Arbeit dar. So fanden besonders die Diplomarbeiten von Johannes **Schütz**, Claudia **Mahr** und Helga **Fürhapter**, Reinhard **Pichler**, sowie die Dissertation von Stephan **Tiersch** und schließlich die „Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland“ von Hannes **Klein** Einzug in diese Arbeit. Von größter Wichtigkeit und unerlässlich für mich waren ferner zum einen die überaus informativen Handbücher der Bundeszentrale für politische Bildung „Offene Kanäle“ (beide herausgegeben von Ulrich **Kamp**), der aktuelle Bericht des europäischen Ausschusses für Kultur und Bildung über „gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa“ (Referentin: Karin **Resetarits**) und schließlich die Machbarkeitsstudie von Johannes **Schütz** et. al. zum Offenen Fernsehkanal Wien, die ich freundlicherweise vom Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien unentgeltlich zu Verfügung gestellt bekommen habe.

Obwohl es weitere zahlreiche Werke über Bürgermedien in allen ihren Ausprägungen gibt, konnten die Publikationen von Ansgar **Klein** über „die politische Beteiligung und Bürgerengagement in Deutschland“, das „Rechtshandbuch Bürgermedien“ von Eckhard **Nachtwey** und Peter **Willers**, sowie die verschiedenen Arbeiten von Winand **Gellner**, Christian **Breunig**, Linda **Fuller** und Hella **Kellner** leider nicht berücksichtigt werden.

Während die Forschung zum Thema Offene Kanäle sehr umfangreich ist, gibt es im Zusammenhang mit einer *kritischen* Analyse der Situation in Südtirol weit weniger Literatur. Obwohl die offiziellen Zahlen und Informationen der **Autonomen Provinz Bozen** und des **Landesinstitutes für Statistik** (ATSTAT) über die demographische Struktur, die Geschichte, die Autonomie, das kulturelle-, mediale- und politische System Südtirols eine große Hilfe darstellten, war es vor allem die Studie über die „sprachsoziologischen, sprachpolitischen und soziokulturellen Einstellungen der deutschen-, italienischen- und ladinischen Sprachgruppe“ von Manuela **Zappe**, die einen kritischen Blick über das ethnische Zusammenleben in dieser multikulturellen Provinz schärften. Zum Thema der Ethnizität und der spezifischen ethnischen Probleme in Südtirol dienten besonders die kritischen Anführungen des verstorbenen Politikers und Verfechters einer gemeinsamen, sprachen- und ethnienübergreifenden Einstellung und Identität, Alexander **Langer** und im hohen Maße die Theorien der **Cultural Studies** als Grundlage für diese Arbeit. Hierbei wurden die Hauptthesen der wichtigsten VertreterInnen der Cultural Studies über die sehr informativen Werke von

Andreas **Hepp** („Kultur – Medien – Macht“ und „Cultural Studies und Medienanalyse“) Udo **Göttlich** („Kritik der Medien“ und „die Werkzeugkiste der Cultural Studies“), sowie Roger **Bromley** („Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung“) in die Analyse des ethnisch getrennten Kultur-, Gesellschafts- und Machtsystems in Südtirol miteinbezogen. Ferner wurde die Publikationen von Marian **Adolf** („Die unverstandene Kultur“), das Einführungsbuch von Christina **Lutter** (Cultural Studies) und schließlich der hervorragende Aufsatz von Oliver **Machart** („Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles“) zu Rate gezogen.

In Bezug auf die Situation der Medien in Südtirol finden sich mehrere Publikationen, zu denen die über 300 Seiten starke Diplomarbeit („Die Region Tirol und ihre Massenmedien“) von Stefan **Kröll**, die Werke von Erika **Webhofer** und Karla **Wild** über die Tageszeitung „Dolomiten“ und die Hochschulschrift von Hannes **Goegele** über die „Minderheitenmedien in Europa“ gehören. Neben den zahlreichen Artikeln in diversen Zeitungen bzw. Zeitschriften wurde schließlich im Kontext des politisch-medialen Machtkomplexes in Südtirol, vor allem der kritische Titel von Hubert **Frasnelli** „Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol“, für die vorliegende Arbeit verwendet.

Als theoretische Grundlage wurde, wie bereits weiter oben ersichtlich, das überaus komplexe, trans- bzw. interdisziplinäre Konstrukt der **Cultural Studies** herangezogen. Neben einer unerlässlichen Einführung in die wesentlichen Theorien der Cultural Studies, in der die wesentlichsten Ansätze der „geistigen Väter“ Raymond **Williams**, Stuart **Hall**, Richard **Hoggart** und Edward **Thompson**, sowie das Modell des „magischen Dreiecks“ vorgestellt wurden, soll versucht werden dieses theoretische Gebäude im Südtiroler Kontext zu verorten. Dafür eignen sich die Theorien der Cultural Studies vornehmlich, da sie kontextbezogen arbeiten und genau, die für Südtirol relevanten Themenkomplexe, nämlich die Konstruktion von Identität und Differenz, die Kultur als Konfliktfeld, sowie die (politisch-medialen) Machtstrukturen, in ihre Analyse miteinbeziehen. So wurde zum einen der Versuch unternommen, den hegemonialen Zugang zu Kultur bzw. Antonio **Gramscis Hegemoniebegriff** auf Südtirolebene umzumünzen und mit Hilfe der Cultural Studies, das Tauziehen zwischen den zwei Sprachgruppen der Provinz zu durchleuchten. Zum anderen eignen sich die Theorien der Cultural Studies vornehmlich, um die Art und Weise der **Identitätsvermittlung** und **-produktion** (durch Kultur, Sprache, Medien, Symbole, Traditionen, Mythen, gemeinsame Werte, Geschichte, „way of life“ etc.), sowie die

Betonung der **Differenz** zwischen den beiden Gemeinschaften Südtirols zu analysieren. Das Thema der Abgrenzung als Instrument, um einerseits die Gemeinsamkeiten nach innen zu betonen und andererseits Geschlossenheit nach außen zu demonstrieren, wurde auch vom Ethnologen Frederik **Barth** und dem Kommunikationswissenschaftler Siegfried **Schmidt** behandelt. Ferner unterstreichen gerade die Cultural Studies die Rolle der Medien nicht nur zur Stiftung und Stärkung von Identität und Differenz, sondern auch ihre meinungsbildende und manipulierende Macht. Die Aufdeckung dieser **kommunikativen, medialen Macht** bzw. die Analyse der politisch-medialen Machtstruktur in Südtirol soll von zentralem Interesse für diese Diplomarbeit sein, um auf die Wichtigkeit freier, unabhängiger und partizipativer (Bürger-)Medien aufmerksam zu machen.

Die oben angeführten Aspekte können durch die Theorien der Cultural Studies hervorragend untermauert werden. Neben der Verwendung der diesbezüglich vielfältigen **Literatur**, wurden im Rahmen meines Konzepts zahlreiche äußerst produktive und aufschlussreiche **Experteninterviews** geführt. Befragt wurden zum einen verschiedene, langjährige VertreterInnen der Bürgermedienszene, so zum Beispiel der Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin Jürgen **Linke**, der Obmann des Arbeitskreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ) Johannes **Schütz**, die Leiterin des Offenen Kanals Magdeburg und Vorsitzende des BOK Bettina **Wiengarn** und der Präsident des Community Media Forum Europe (CMFE) Pieter **de Wit**. Zum anderen wurde Günther **Pallaver**, Professor für Politikwissenschaften in Innsbruck und Georg **Plattner**, Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS) zu den speziellen Bedingungen in Südtirol im Allgemeinen und zu den Voraussetzungen, Chancen und Problemen für einen Offenen Kanal im Besonderen, konsultiert. Die Gespräche wurden persönlich, also face-to-face, durchgeführt (mit Ausnahme des Mail-Interviews mit Gloria Hill, Geschäftsführerin des kanadischen Communitysenders „Telile TV“), sie dauerten in der Regel 30 Minuten bis 1 ½ Stunden (die Experteninterviews von Bettina Wiengarn und Pieter de Wit mussten leider aus Zeitgründen gekürzt werden) und sie wurden mit einer Videokamera aufgezeichnet.

Das **Experteninterview** zählt zu den qualitativen Methoden der Befragung. Im Gegensatz zu den quantitativen Methoden der empirischen Sozialforschung, die meist eine zahlenmäßig große Anzahl standardisierter und strukturierter Daten liefern und

somit eine hohe Validität, Reliabilität und Objektivität aufweisen können, wird bei den qualitativen Befragungsformen dafür versucht „[...] stärker in die Tiefe zu gehen, die interviewten Personen ausführlich zu Wort kommen zu lassen und das gewonnene Material intensiver auszuwerten und nicht nur auf statistische Kennwerte zu verdichten.“⁵ Das qualitative Interview soll die Meinungen und Einstellungen der Befragten durch offene Fragen weitreichend berücksichtigen und hinterfragen. Es geht um das Erläutern, Interpretieren und Verstehen von Zusammenhängen, die Aufstellung von Klassifikationen und die Generierung von Hypothesen. Diese Interviewform zeichnet sich durch eine unverzerrte, nicht predeterminierte und sehr informative Herangehensweise an den Untersuchungsgegenstand aus und ist „[...] überall dort geeignet, wo man eine differenzierte und ausführliche Beschreibung individueller Meinungen und Eindrücke benötigt.“⁶ Diese, in der empirischen Sozialforschung häufig angewandte Methode, weist ferner weitere Vorteile auf: durch die große Flexibilität und Offenheit des Vorgehens können neue, unbekannte Sachverhalte zu Tage kommen. Da die Teilnehmer keine Antwortvorgaben bekommen, können umfangreiche Informationen über die subjektive Einstellung des Experten erhalten werden. Der Interviewer hat durch die geringe Strukturiertheit dieser Befragungsmethode schließlich die Möglichkeit, Hintergründe zu erfragen und Unklarheiten aufzuschlüsseln.⁷

Um zum einen, einen möglichst tiefen Informationsgehalt aus dem Interview zu erhalten und zum anderen, eine hohe Inhaltsvalidität zu erreichen, wurde ein (relativ offen) strukturierter Leitfaden der alle relevanten Themenschwerpunkte enthielt, angewandt, wobei stets darauf geachtet wurde nicht unnötig in das Gespräch zu interferieren und dennoch eine hohe Flexibilität zu garantieren.⁸ Die SoziologInnen Michael Meuser und Ulrike Nagel halten „[...] ein leitfadengestütztes offenes Interview für das angemessene Erhebungsinstrument. Ein Leitfaden allerdings muß sein. Auf jegliche thematische Vorstrukturierung zu verzichten, wie dies für narrative Interviews kennzeichnend ist, brächte die Gefahr mit sich [...] das Wissen der Expertin nicht umfassend zu erheben.“⁹

5 DIEKMANN, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 8. Auflage. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2002. S.445.

6 BUNGARD, Walter / WINTER, Stefanie / MITTELSTAEDT, Stefanie: Quantitative vs. Qualitative Methoden. 2000. Online im WWW unter URL: http://imihome.imi.uni-karlsruhe.de/nquantitative_vs_qualitative_methoden_b.html [Format: HTML; Stand: 28.1.2009].

7 Vgl.: Ebenda.

8 Vgl.: Ebenda.

9 MEUSER, Michael / NAGEL, Ulrike: Das Experteninterview. Wissenssoziologische Grundlagen und methodische Durchführung. IN: FRIEBERTSHÄUSER, Barbara / PRENGEL, Annedore (Hrsg.): Handbuch qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft. Weinheim/München: Juventa, 1997. S. 486.

Die Auswertung der Experteninterviews erfolgte, nachdem der Leitfaden erstellt, die Gespräche durchgeführt und vollständig transkribiert wurde, möglichst unverzerrt und themenbezogen. Es wurde darauf geachtet möglichst viele Zitate¹⁰ originalgetreu in die Arbeit aufzunehmen und diese thematisch zusammenzufassen bzw. zu analysieren. In diesem Kontext fügt Professor Winfried Marotzki folgendes an:

„Die Auswertung zielt darauf, im Vergleich der Interviews überindividuell-gemeinsame Wissensbestände herauszuarbeiten. Anders als beim einzelfallanalytischen Vorgehen orientiert sich die Interpretation an thematischen Einheiten, an inhaltlich zusammengehörigen, über die Texte verstreuten Passagen – nicht an der Sequenzialität von Äußerungen je Interview. Demgegenüber gewinnt der Funktionskontext der Experten an Gewicht. Ihre Äußerungen werden von Anfang an im Rahmen der institutionell-organisatorischen Handlungsbedingungen verortet, sie erhalten von hierher ihre Bedeutung und nicht von daher, an welcher Stelle des Interviews sie fallen. Es ist dieser Kontext, der die Vergleichbarkeit der Interviewtexte weitgehend sichert.“¹¹

Obwohl das qualitative Experteninterview nicht ganz unumstritten ist und in vielen Studienbücher kaum berücksichtigt oder völlig ausgelassen wurde, scheint mir diese Methode für die vorliegende Arbeit zielführend zu sein, da sie zum einen aufgrund ihrer geringen Strukturiertheit und hohen Flexibilität, den ExpertInnen möglichst viel Freiraum im Erzählen gibt und somit ihr Wissen voll zum Tragen kommen kann.¹² Zum anderen ist diese Interviewform besonders geeignet, da im Zusammenhang mit der speziellen Situation in Südtirol im Allgemeinen und den spezifischen Voraussetzungen, Nutzen und Schwierigkeiten eines Offenen Kanals in dieser Provinz im Besonderen, Insider- und Expertenwissen gefragt ist und gerade bezüglich der Realisierung eines derartigen Projekts noch keine „südtirolspezifischen“ Informationen

-
- 10 Der Verfasser orientierte sich an die Zitierregeln der „Modern Language Association of America“ (MLA). Die Quellen wurden in folgender Weise zitiert: NAME, Vorname: Titel. Untertitel. Ort: Verlag, Jahr. Seite. Abweichungen gab es lediglich bei Zitaten aus Vorträgen, Reden oder bei Zeitungsartikeln. Die Experteninterviews wurden wie folgt zitiert: NAME, Vorname des/der Interviewten: Beschreibung der beruflichen Stellung. Datum und Ort des Interviews. Weiters soll hier darauf hingewiesen werden, dass in dieser Arbeit die neue Rechtsschreibung verwendet wurde. Falls jedoch in den verschiedenen Zitaten die alte Rechtsschreibung benutzt wurde, wurde diese unverändert gelassen. Bezüglich der in der Arbeit verwendeten Abkürzungen, wurde darauf geachtet, dass sie anfänglich ausgeschrieben und daneben in Klammer das Kürzel angeführt wurde. Erst dann wurden die Abkürzungen allein verwendet. Schließlich sei hier noch erwähnt, dass der Verfasser stets darauf bedacht war geschlechtsneutrale- oder „geschlechtskonforme“ Formulierungen anzuwenden. So wurde, um die sprachliche Gleichberechtigung von Frauen und Männern zu gewährleisten, immer auch die weibliche Form inkludiert. Falls dies jedoch vergessen wurde, so ist das nicht mit Absicht geschehen, sondern es wurde selbstverständlich stets auch die weibliche Form mitgedacht!
- 11 MAROTZKI, Winfried: Manuskript zur Vorlesung „Einführung in qualitative Forschungsmethoden der Erziehungswissenschaft. Universität Magdeburg, 2003. Online im WWW unter URL: <http://www.uni-magdeburg.de/iew/web/Marotzki/04/Vorlesung/06.pdf> [Format: PDF; Stand: 30.1.2009].
- 12 Vgl.: BUNGARD, Walter / WINTER, Stefanie / MITTELSTAEDT, Stefanie: Quantitative vs. Qualitative Methoden. 2000. Online im WWW unter URL: http://imihome.imi.uni-karlsruhe.de/nquantitative_vs_qualitative_methoden_b.html [Format: HTML; Stand: 28.1.2009].

vorliegen. Daher sind die umfangreichen Informationen und die jahrelangen Erfahrungen von den verschiedenen ExpertInnen im Bereich der Bürgermedien, sowie die Expertise, das Wissen bzw. das Know-How von Personen wie beispielsweise Johannes Schütz oder Jürgen Linke, die bereits Kenntnisse in der Konzipierung und praktischen Umsetzung von Offenen Kanälen haben, von unschätzbarem Wert für diese Arbeit.

Schließlich wurden zahlreiche **Unterstützungserklärungen** („letter of intent“) von verschiedenen (inter-)nationalen, wie lokalen Institutionen, Organisationen, Vereine etc. schriftlich oder per Mail eingeholt. Diese im Anhang befindlichen, sowie teilweise im Fließtext integrierten Statements, sind zwar nicht repräsentativ, dennoch stellen sie ein wichtiges Instrument zur Erforschung des Bedarfs und der Akzeptanz, sowie zur Klärung der Unterstützungsbereitschaft dar.

1.2 Hypothesen, Forschungsinteresse, -fragen und -ziele

Zentraler Bestandteil meiner Arbeit ist die Frage, ob es allgemein möglich wäre bzw. welche technischen, finanziellen und politischen Voraussetzungen es bedarf, um einen Offenen Fernsehkanal in Südtirol zu gründen. Es soll untersucht werden, ob diese vielfältigen und notwendigen Prämissen bereits gegeben sind und welche Bedingungen erst geschaffen werden müssen. Ferner sollten der Wert und Nutzen Offener Kanäle im Allgemeinen, sowie die Vor- und Nachteile eines derartigen Projekts in Südtirol im Speziellen hervorgehoben werden. Schließlich sollte erläutert werden, wie ein derartiger Sender konzipiert, strukturiert und welche Funktionen er übernehmen könnte, um den besonderen Gegebenheiten in Südtirol gerecht zu werden. Besonderen Wert wurde auf die speziellen „Südtiroler Probleme“, zum einen in Bezug auf das Zusammen- oder besser gesagt Nebeneinanderleben der drei Sprachgruppen (Stichwort: ethnisch getrennte Gesellschaft, Kultur, Medien etc.) und zum anderen im Zusammenhang mit den demokratischen, medialen und politischen Defiziten (Stichwort: Machtkonzentration, mangelnder Meinungs- und Medienpluralismus und fehlende Artikulations- bzw. Partizipationsmöglichkeiten) in der Provinz Bozen-Südtirol, gelegt. Aufgrund dieser kritischen Analyse soll die Wichtigkeit bzw. der signifikante und vielfältige Wert freier, unabhängiger und bürgernaher Kommunikation, besonders für Südtirol, verdeutlicht werden.

Obwohl die verschiedenen Arten von Bürgermedien im Einführungsteil angeschnitten

werden, soll der Forschungsfokus auf den Offenen Fernsehkanal begrenzt sein. Freie Radios bzw. Bürgermedien im Hörfunkbereich konnten aus Platzgründen in dieser Arbeit nicht berücksichtigt werden. Des Weiteren konnte aufgrund der weitgreifenden Thematik und um zu vermeiden, dass die vorliegende Diplomarbeit nicht völlig ihren Rahmen sprengt, die ladinische Gemeinschaft in den „Südtirol-Kapiteln“ nur begrenzt behandelt werden. Das Hauptaugenmerk wurde auf die beiden großen deutsch- und italienischen Sprachgruppen gerichtet.

Im Einzelnen soll der Schwerpunkt auf die Beantwortung folgender **Forschungsfragen** gesetzt werden.

- 1) Existiert in Südtirol eine ethnisch getrennte Gesellschaft mit einem nach Sprachgruppen geteilten Kultur-, Bildungs- und Mediensystem? Kann man das Zusammenleben der zwei bzw. drei Sprachgruppen eher als Gegeneinander, Nebeneinander oder Miteinander bezeichnen?
- 2) Ist die seit Jahrzehnten betriebene Politik der Südtiroler Volkspartei (SVP) ein auf ethnischer Trennung und allein auf die Sicherung, Erhaltung und Dominanz der eigenen Sprachgruppe beruhendes politisches Handeln?
- 3) Wie und wer konstruiert Identität und Differenz? Und warum? Welche identitätsstiftende- und abgrenzende Funktion nehmen dabei Bräuche, Rituale, Traditionen und Symbole der jeweiligen Sprachgruppen ein? Welche Rolle spielt die Politik, vor allem der SVP, in der Förderung von deutschsprachiger Identität und Differenz zur italienischsprachigen Kultur?
- 4) Welchen Einfluss in dieser „Wir-Ihr“- Abgrenzung haben dabei die Medien, insbesondere die beiden großen Tageszeitungen „Dolomiten“ und „L’Alto Adige“? Inwieweit tragen diese zur Identitätsbildung und zugleich zur Abgrenzung der jeweils anderen Sprachgruppe bei? Konstruieren Südtiroler Medien durch häufige (Über-) Betonung bestimmter Themen ethnische Spannungen und verstärken somit den ethnischen Konflikt?
- 5) Wie kann die Mediensituation in Südtirol, im Hinblick auf den Medien- und Meinungspluralismus bzw. die Medien- und Machtkonzentration, sowie die vorhandenen medialen Partizipationsmöglichkeiten, beurteilt werden?
Kann ein mehrsprachiges, interethnisches Bürgermedium diesbezüglich Verbesserungen erreichen?
- 6) Besteht in Südtirol eine Verquickung zwischen Medien und Politik? Gibt es einen

politisch-medialen Machtkomplex bestehend aus der SVP und dem Medienimperium „Athesia“? Wenn ja, inwieweit bildet diese Allianz eine Macht- und Meinungsmonopolstellung?

Inwiefern könnte ein unabhängiger Offener Kanal dieser Tendenz entgegenwirken und zur Bildung einer Gegenöffentlichkeit beitragen?

7) Welchen Mehrwert kann ein Offener Fernsehkanal in einer multikulturellen und -lingualen Gesellschaft leisten? Kann ein Offener Kanal das Recht auf Rede- und Meinungsfreiheit garantieren und den Zugang, sowie die Partizipation am gesellschaftlichen Diskurs qua Medien gewähren und als Plattform für freie, (basis-) demokratische Kommunikation fungieren?

8) Kann ein mehrsprachiger, (inter-)kultureller Offener Kanal dem ethnisch getrennten Mediensystem, sowie der erhöhten Medien- und Meinungskonzentration entgegenwirken? Inwieweit kann ein derartiger Sender als Alternative, als Korrektiv zum offiziellen Diskurs fungieren und eine lokalpublizistische Komplementärfunktion übernehmen, in der auch non-konforme Meinungen und Themen Platz finden, welche in den etablierten Medien nur vereinzelt vorkommen?

9) Kann ein Offener Fernsehkanal in Südtirol eine friedensstiftende-, (inter-) kulturelle-, soziale-, integrative Funktion einnehmen? Inwieweit kann ein Offener Kanal als Bindeglied bzw. als Brücke zwischen den verschiedenen Ethnien fungieren, zur Schaffung von Vertrauen und Verständnis, zum Abbau von Vorurteilen und zum Aufbau eines umfassenden interkulturellen Dialogs beitragen?

10) Welche Merkmale sollte ein Offener Fernsehkanal in Südtirol aufweisen, um den Besonderheiten dieser multikulturellen, mehrsprachigen Autonomen Provinz zu entsprechen? Wie müsste eine derartige Plattform konzipiert sein, um ihre Funktionen und Ziele bestmöglich umzusetzen bzw. entfalten zu können?

11) Welche technische, finanziellen und politischen Voraussetzungen bedarf es, um einen Offenen Fernsehkanal in Südtirol zu schaffen? Welche Prämissen existieren bereits? Und welche Bedingungen müssen erst geschaffen werden?

Im Rahmen dieser Diplomarbeit sollen nun folgende **Hypothesen** überprüft werden:

1) Ein mehrsprachiger und multikultureller Offener Fernsehkanal könnte – allgemein betrachtet – wichtige demokratische, soziale, (inter-)kulturelle, integrative, politische, medienpädagogische, friedens- und identitätsstiftende Funktionen für die multilinguale und -kulturelle Autonome Provinz Bozen-Südtirol, einnehmen.

2) Ein Offener Fernsehkanal in einer ethnisch getrennten Gesellschaft, wie die in Südtirol, kann als (gemeinsamer) Ort der Begegnung und Kommunikation, als Bindeglied bzw. als Brücke zwischen den verschiedenen Sprachgruppen einen bedeutsamen Beitrag zum interkulturellen Dialog, zur Schaffung von Vertrauen und Verständnis, sowie zum Abbau von Vorurteilen, Stereotypen und Ressentiments zwischen den verschiedenen Sprachgruppen in der Autonomen Provinz leisten.

3) Als interkulturelles und mehrsprachiges Projekt kann ein Offener Fernsehkanal in Südtirol, der seit Jahrzehnten betriebenen Politik der ethnischen Trennung, sowie dem ethnisch getrennten Mediensystem entgegenwirken und zur Bildung einer gemeinsamen, über ethnischen- und sprachlichen Grenzen hinausgehende Identität, beitragen.

4) Ein Offener Fernsehkanal in Südtirol kann ein signifikantes Gegengewicht zum prädominierenden medialen Diskurs, welcher seit Jahrzehnten vom Medien- und Macht-Komplex der Südtiroler Volkspartei (SVP) und des Verlagshauses „Athesia“ diktiert wird, darstellen und als zugangsoffene, unabhängige und basisdemokratische Plattform der hohen Meinungs- und Medienkonzentration entgegentreten. Eine derartige Initiative könnte zum Meinungs- und Medienpluralismus, sowie zur medialen Partizipation und Artikulation aller BürgerInnen der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol beitragen.

5) Die Realisierung eines freien, nicht-kommerziellen, partizipativen, mehrsprachigen und interkulturellen Offenen Fernsehkanal in Südtirol ist unter Miteinbeziehung der gesammelten Stellungnahmen und im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Experteninterviews, von technischer, politischer und finanzieller Perspektive aus gesehen, möglich.

Ziel dieser Arbeit ist schließlich (1) die Informierung und Aufklärung über Offene Kanäle, ihre gesellschaftliche Bedeutung und ihre mannigfaltigen Funktionen im Allgemeinen, sowie (2) im Besonderen die Hervorhebung des, vor allem für die Provinz Bozen-Südtirol, wichtigen demokratischen, sozialen, (inter-)kulturellen, politischen, medienpädagogischen (Mehr-)Werts eines Offenen Fernsehkanals für dieses mehrsprachige und multikulturelle Gebiet. Diese Arbeit soll (3) Bewusstsein,

sowohl unter der Bevölkerung, als auch in der Politik, für die Wichtigkeit und den besonderen Nutzen eines Offenen Kanals in Südtirol schaffen. Schließlich soll (4), als rein ideelles Ziel gedacht (jedoch im vollen Bewusstsein, dass dies nicht bloß durch die vorliegende Arbeit geschehen kann), die Realisierung eines Offenen Fernsehkanals angestrebt werden. Diese Diplomarbeit soll als erster Schritt, als Motivation, als Anstoß eines langen, beschwerlichen, aber sicherlich lohnenswerten Weges angesehen werden. Obwohl versucht wurde möglichst objektiv, neutral und wissenschaftlich zu arbeiten, kann dieses Werk demnach auch als Plädoyer oder als Forderung zur Schaffung und Stärkung freier, unabhängiger und bürgernaher Medien im Allgemeinen und der Errichtung eines multilingualen und -kulturellen Offenen Kanals in Südtirol im Speziellen, verstanden werden!

1.3 Gliederung der Arbeit

In **Kapitel 2** dieser Diplomarbeit soll dem/der LeserIn zuallererst eine Einführung in die Merkmale, Funktionen, Ziele, Organisations- und Finanzierungsformen, sowie in die Personal- und Programmstruktur von Offenen Kanälen geboten werden. Neben einer einleitenden Begriffsdefinition, soll der Offene Kanal zum einen vom privat-kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Rundfunk abgegrenzt werden. Zum anderen soll eine Differenzierung zwischen den verschiedenen artverwandten Bürgermedien, wie beispielsweise der Bügerrundfunk, die Hochschulmedien, die Aus-, Fort- und Erprobungskanäle, die PEG-Channels oder die Communitystations, einerseits begriffliche Klarheit schaffen und andererseits die Heterogenität in der Bürgermedienlandschaft deutlich machen. In **Kapitel 3** werden die, für Bürgermedien am relevantesten, Theorien rund um Bertold Brecht, Walter Benjamin und Hans-Magnus Enzensberger angeführt. Der historische Abschnitt in **Kapitel 4**, in dem die Geschichte und Entwicklung von Bürgermedien in ihrem Ursprungsland den USA, in Deutschland und in Österreich, sowie die allgemeine Mediensituation in Italien dargestellt wird, beendet den Einführungsteil.

In **Kapitel 5** sollen Bürgermedien in multikulturellen und mehrsprachigen Gebieten, welche mit den Bedingungen in Südtirol vergleichbar sind, präsentiert und auf ihrem gesellschaftlichen und (inter-)kulturellen Wert hin untersucht werden. Abgeschlossen und zugleich zum großen „Südtirolteil“ übergeleitet, wird dieser Abschnitt mit den, für das Konzept eines Offenen Kanals in Südtirol wichtigen Schlussfolgerungen aus diesen internationalen Beispielen.

Die nächsten umfangreichen und komplexen Abschnitte sollen einerseits eine Einführung in die Geschichte und der ethnisch getrennten Gesellschaft, Kultur, Politik und Medienlandschaft liefern (**Kapitel 6**). Andererseits soll in **Kapitel 7**, mit Hilfe der Theorien der Cultural Studies, versucht werden die speziellen Probleme in Südtirol aufzudecken. Dabei soll das Thema der Ethnizität, die jahrzehntelange Trennungs- und Abgrenzungspolitik der SVP, die Bemühungen der Geschlossenheit nach innen und die Betonung der Differenzen nach außen, sowie die problematische politisch-mediale Allianz zwischen der SVP und dem „Athesia“-Verlag, von zentraler Bedeutung sein. Dies scheint dem Verfasser wesentlich zu sein, um zum einen die ethnischen Spannungen zwischen den beiden Sprachgruppen nachvollziehen und den Zweck bzw. die Logik der immer noch vorhandenen ethnischen Trennung in der Gesellschaft, der Politik, sowie den Medien verstehen zu können. Zum anderen soll die kritische Analyse der speziellen Situation in Südtirol, die Wichtigkeit einer über ethnischen- und sprachlichen Grenzen hinausgehende Kommunikation, sowie die Notwendigkeit eines pluralistischen, unabhängigen und partizipativen Mediensystems erkennbar machen. Der vielfältige Wert bzw. die enormen Vorteile eines mehrsprachigen, multikulturellen Offenen Kanals in Südtirol sollen auch in **Kapitel 8** weiter hervorgehoben werden. In dieser Passage sollen des Weiteren die zu erwartenden Probleme und Widerstände bei der Umsetzung eines derartigen Projekts in Südtirol, ihre Berücksichtigung finden. Die beiden letzten Kapitel sollen sich mit der Konzeption und Umsetzung eines Offenen Kanals in Südtirol befassen. Dabei sollen in der Planung (**Kapitel 9**), sowohl allgemeine Grundsätze und die wichtigsten Merkmale angeführt, als auch mögliche Programme und Kooperationen integriert werden. Im letzten Abschnitt (**Kapitel 10**) sollen einerseits anhand der mannigfaltigen Experteninterviews und Stellungnahmen und andererseits mit Hilfe der Machbarkeitsstudie von Johannes Schütz et. al., die technischen, wirtschaftlichen und politischen Voraussetzungen zur praktischen Umsetzung eines Offenen Kanals in Südtirol geklärt werden. In der Conclusio (**Kapitel 11**) sollen schließlich die wichtigsten Erkenntnisse, sowie die zentralen Probleme und Forschungsfragen dieser Diplomarbeit zusammengefasst, beantwortet und mit einem persönlichen Ausblick abgerundet werden.

2. DER OFFENE KANAL

„Der Offene Kanal ist das Programm des Unerwarteten, Unerwartbaren, Schrägen, Kreativen, Direkten, von unten, ohne Filter und Schere im Kopf, Zeit nehmend und verlangend von dem, der sich darauf einläßt. Ernsthaft, unterhaltend, langatmig, dokumentarisch 1:1, unpräventiös, empörend, eitel, langweilig, sperrig, furchtbar - wie wir nun einmal sind in den Augen anderer Menschen. Denn hier im Offenen Kanal sind Menschen und Programm identisch - viel mehr als im professionellen Rundfunk.“

- Ulrich Kamp - ¹³

In der mittlerweile mehr als 20-jährigen Geschichte der Offenen Kanäle konnte sich eine Vielzahl an Sendern mit unterschiedlichsten Konzepten, Funktionen, Organisationsformen und gesetzlichen Grundlagen entwickeln. Dabei ist die Vielfalt der über 150 Bürgermedien¹⁴ in Deutschland so groß wie ihre, seit 1984, insgesamt 70.000 NutzerInnen und 350.000 Beiträge. Mal können sie lediglich von knapp vierzig Haushalte empfangen werden wie in Echtershausen, mal können 1,5 Millionen wie in Berlin, den Offenen Kanal rezipieren.¹⁵ Diese Heterogenität widerspiegelt sich auch in den vielen Versuchen, den Kern, die Merkmale, Aufgaben und Ziele Offener Kanäle zu definieren. Die, besonders in Deutschland, hitzige Diskussion um die Errichtung Offener Fernsehkanäle wurde – wie so oft – bereits von Anfang an begleitet von Halbwissen, Ängsten und Vorurteilen. Auch heute gibt es noch keine unumstrittene Definition von Offenen Kanälen und die Wenigsten können sich etwas unter diesem Begriff vorstellen. Deshalb ist es zum Einstieg in die Thematik vonnöten, folgende Fragen in diesem Kapitel zu beantworten:

- Was versteht man eigentlich unter einem Offenen Kanal?
- Welche Charakteristika weisen Offene Kanäle auf?
- Welche Unterschiede gibt es zu den öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Medien?
- Welche Differenzierungen gibt es zwischen artverwandten Medien?
- Welche Aufgaben und Funktionen können Offene Kanäle übernehmen?
- Wie sind Offene Kanäle aufgebaut und organisiert?
- Welche verschiedenen Formen der Finanzierung gibt es für Offene Kanäle ?

13 KAMP, Ulrich: Rede anlässlich der Veranstaltung „Der OffeneKanal Berlin – abschalten oder weiterentwickeln?“ der Friedrich-Ebert-Stiftung, Berlin, 2000. S.5-6. Online im WWW unter URL: www.bok.de/doku/kamp00.pdf [Format: PDF; Stand: 4.4.2008].

14 Vgl.: ARBEITSGEMEINSCHAFT DER LANDESMEDIENANSTALT IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hrsg.): Jahrbuch 2007. Berlin: Vistas, 2008. S.310. Online im WWW unter URL: http://www.alm.de/fileadmin/Download/ALM_Jahrbuch_2007_Druckversion.pdf [Format: PDF; Stand: 4.4.2008].

15 Vgl.: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.5.

2.1 Begriffsdefinitionen

Eine erste wesentliche Definition von Offenen Kanälen wurde vornehmlich von der „**Expertengruppe Offener Kanal**“ (EOK) geprägt. Die aus verschiedenen Fachleuten bestehende Expertengruppe unter der Leitung von Christian Longolius, veröffentlichte im Jahre 1979 den Forderungskatalog „Regeln für den Offenen Kanal“. Diese Begriffsbestimmung basierte auf den US-amerikanischen Erfahrungen mit den so genannten „public-access“ Kanälen. Die folgenden Leitideen sollten die weitere Entwicklung Offener Kanäle in Deutschland maßgeblich beeinflussen.

„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 den nachstehenden Benutzungsregelungen unterliegen.
- (2) Nutzungsberechtigt sind alle Bürger und Gruppen, die im Verbreitungsgebiet des Projektbetreibers wohnen oder arbeiten und sich nicht nur vorübergehend dort aufhalten.

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. [...]
- (2) Dabei sind solche Bevölkerungsgruppen, Themen, Meinungen und Gestaltungsformen zu begünstigen, die im herkömmlichen Kommunikationsprozeß vernachlässigt werden. [...]
- (4) Der Offene Kanal darf nicht für Zwecke der kommerziellen Werbung benutzt werden. [...]

IV. Nutzungsrechte

- (1) Den Nutzungsberechtigten soll bei der Planung und Produktion ihrer Beiträge Unterstützung insbesondere auf technisch-organisatorischem, journalistisch-redaktionellem und juristischem Gebiet gewährt werden. Dem dient die Bereitstellung von tragbaren, leicht handhabbaren Aufnahmegeräten [...], die Einweisung in die Bedienungstechnik, sowie der Programmberatung. Diese Unterstützungen und Bereitstellungen erfolgen unentgeltlich nach einer Ausleihordnung, die auch die Haftungsfragen für Geräte regelt.
- (2) Die Beiträge der Nutzer/Produzenten sollen in der Regel („Prinzip der Schlange“) in der Reihenfolge des Eingangs gesendet werden.“¹⁶

Zentral in dieser Definition ist erstens der freie, offene und gleichberechtigte Zugang aller Personen, die im (lokal oder regional begrenztem) Verbreitungsgebiet des

16 EXPERTENGRUPPE OFFENER KANAL: Regeln für den Offenen Kanal. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.239f.

Offenen Kanals wohnen oder arbeiten, sowie die selbstbestimmte, unzensierte und eigenverantwortliche Produktion von audiovisuellen Beiträgen, ohne dass eine inhaltliche oder formale Zensur seitens des Senders vorgenommen werden kann. Dennoch muss festgehalten werden, dass es in den verschiedenen (Bundes-)Ländern gewisse Unterschiede der Nutzungsbestimmungen gibt. Außerdem sind nicht alle Offenen Kanäle gleich „offen“; so wird die Nutzungsberechtigung durch die gesetzlichen Grundlagen u.a. in Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein, auf die Einwohner innerhalb des Verbreitungsgebietes eingeschränkt. Im Unterschied dazu können sich u.a. in Berlin, Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt alle in Deutschland ansässigen BürgerInnen an der Produktion von Programmen im Offenen Kanal beteiligen. Nicht nutzungsberechtigt sind, ebenfalls mit länderspezifischen Unterschieden, öffentlich-rechtliche und privat-kommerzielle MedienproduzentInnen, Parteien, Wahlvereinigungen, gesetzliche VertreterInnen, sowie staatliche und kommunale Behörden.¹⁷

Die EOK forderte zweitens die kommunikative Chancengleichheit für vernachlässigte Gruppen und das Herstellen von Öffentlichkeit und Bewusstsein für marginalisierte Themen, die von den konventionellen (öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen) Medien ausgeklammert werden. So ist für den Medien- und Kommunikationsforscher Hans Heinz Fabris die zentrale Aufgabe einer demokratischen Kommunikationspolitik „die kommunikative Teilhabe von immer mehr Gruppen der Bevölkerung am System der öffentlichen Kommunikation zu realisieren.“¹⁸

Der Offene Kanal wurde als nicht-kommerzielles, besser gesagt „non-profitäres“¹⁹ und werbefreies Bürgermedium definiert, dessen gleichberechtigter Zugang sich u.a. im „Prinzip der Schlange“ (also die Ausstrahlung nach Reihenfolge des Eingangs mit den entsprechenden Wartezeiten) manifestiert. Welche Werbeformen jedoch legitim sind und wie bzw. ob das „first come, first served“-Prinzip einen gleichberechtigten Zugang wertungsfrei garantieren kann, ist bis heute umstritten.

17 Vgl.: KAMP, Ulrich: Vom Stand der Dinge. IN: KAMP, Ulrich / STUTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.8-24.

18 FABRIS, Hans Heinz: Kommunikative Partizipation. Demokratisierung durch neue Technologien? IN: KÖTTERHEINRICH, Manfred (Hrsg.): Rundfunkpolitische Kontroversen. Köln: Europ.Vlg.-Anst., 1976. S.430.

19 Man bemerke, dass es gerade in den USA Bürgermedien gibt, die sich durch Werbung selbst finanzieren, doch nicht um Gewinne zu lukrieren, sondern einzig und alleine um ihre Kosten zu decken. Deshalb ist die Bezeichnung „non-profit“ treffender als der Begriff nicht-kommerziell.

Schließlich erkannte die Expertenkommission schon damals die Wichtigkeit eines Kommunikationsassistenten (in der Literatur auch gerne als „Kommunikationshelfer“ bezeichnet). „Darunter sind Medienspezialisten, Journalisten und Medienpädagogen zu verstehen, die die Nutzungsberechtigten zur Mitarbeit im Offenen Kanal motivieren, sie beraten und unterstützen. Dies bedeutet jedoch nicht, daß sie stellvertretend für BürgerInnen produzieren oder ihnen ihre Meinung oktroyieren; sie sollen die Ideen und Interessen sowie die inhaltlichen und methodologischen Vorstellungen der Produzenten lediglich fördern, nicht jedoch beeinflussen.“²⁰ Die zentrale Rolle des Kommunikationshelfer und seine vielseitigen Aufgabenbereiche sollen in der Folge (genauer gesagt in Kapitel 2.7) näher behandelt werden.

Neben der Garantierung der Meinungs- und Medienfreiheit, der Zugangsoffenheit und der Artikulationsfunktion, schrieb die EOK den Offenen Kanälen noch folgende wesentliche Aufgaben zu.

- „Die Anregung der lokalen Kommunikationskultur, des öffentlichen Diskurses und der politischen Kultur.
- Die Belebung des kulturellen und sozialen Umfelds.
- Die Förderung sprachlicher und sozialer Kompetenzen der Beteiligten am Offenen Kanal.
- Die kommunikative Qualifizierung von Rezipienten“²¹

Die „Expertengruppe Offener Kanal“ entwickelte, trotz maßgebliche Veränderungen des Mediensystems in den letzten Jahrzehnten, eine immer noch relevante Definition des Charakters, der Merkmale und Funktionen, sowie der Organisationsformen und Nutzungsbedingungen Offener Kanäle. Dennoch wurden diese Grundsätze stets auch kritisiert.²² So bemängelt der Kommunikationswissenschaftler Otfried Jarren et al., dass die Modellvorstellungen und Erfahrungen aus anderen Ländern lediglich kopiert und nicht erweitert bzw. verbessert wurden. Er stellt einen „Philosophie- und

20 ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981. S.31.

21 EXPERTENGRUPPE OFFENER KANAL: Erläuterungen zu den Regeln für den Offenen Kanal. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.244-245.

22 Ulrich Kamp monierte diesbezüglich: „Hier sei lediglich gesagt, dass die EOK sicherlich nicht alle Entwicklungen der letzten Jahre prognostizieren konnte. Zu diesen Entwicklungen zählen der rasante Konzentrationsprozess auf der Seite der Programmanbieter, die Existenz und Rolle der Landesmedienanstalten und die Kapazitätsprobleme der (analogen) Kabelverbreitung. Weitere wichtige Faktoren sind die Telekom-Gebühren, die Verwertungsrechte, die Trennung von Werbung und Sponsoring sowie die Veränderungen im Bereich der öffentlichen Haushalte und deren rapide schwindenden Spielräume. Vom so genannten Zeitgeist gar nicht erst zu reden.“ KAMP, Ulrich: Vom Stand der Dinge. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.13.

Modellkonservatismus“ bei denjenigen fest, die die öffentliche Debatte um Offene Kanäle prägen und damit Entwicklungsmöglichkeiten vernachlässigen. Außerdem kritisiert Jarren et al. die gering ausgeprägte Bereitschaft, sich kritisch mit den, überaus hohen, normativen Anforderungen zu befassen. Die Autoren deuten schließlich an, dass es Kontroversen und sogar Widersprüche in den Zielsetzungen der EOK gibt.²³

Um den genannten Disparitäten zwischen dem Modell bzw. den Leitlinien und der Realität von Offenen Kanälen entgegenzuwirken und eine einheitliche Definition zu finden, haben sich 1994 verschiedene Funktionsträger aus dem Bereich der Offenen Kanäle getroffen, um die so genannten „**7 Thesen von Kleinich**“ zu formulieren. Dieses Positionspapier stellt bis heute sozusagen den kleinsten gemeinsamen Nenner der Offenen Kanäle dar:

- „Offener Kanal ist lokales oder regionales Radio oder Fernsehen, das allen Bürgerinnen und Bürgern den freien und gleichberechtigten Zugang zu diesen elektronischen Medien garantiert.
- Offene Kanäle bieten die Möglichkeit, sich selbstverantwortet mit selbstbestimmten Inhalten an die Öffentlichkeit zu wenden.
- Für die Produktion der Beiträge stellen die Offenen Kanäle Studios, Aufnahmegeräte, technische Einweisung und Beratung zur Verfügung.
- Sie sind werbefrei und nicht kommerziell; sie werden aus Rundfunkgebühren finanziert.
- Als Ort der lokalen Kommunikation sind Offene Kanäle in unterschiedlichen Organisationsformen gewachsen.
- Möglichkeiten der medienpädagogischen und politischen Bildung finden sich in Offenen Kanälen ebenso wie soziale und kulturelle Aktivitäten und Impulse.
- Bei deren Umsetzung finden Erfahrungen aus dem Austausch und der Zusammenarbeit mit vergleichbaren Projekten im In- und Ausland Berücksichtigung.“²⁴

Die „7 Thesen von Kleinich“ dienten als eine Art Leitfaden für die Ausrichtung Offener Kanäle in Deutschland, dennoch gibt es, wie bereits am Beispiel der unterschiedlichen Öffnungsgrade weiter vorne gesehen, wesentliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Offenen Kanälen und den Bestimmungen einzelner Landesmedienanstalten. Eine zentrale Aufgabe von Offenen Kanälen, die in den obengenannten Thesen erwähnt wird, ist die **Vermittlung von Medienkompetenz**. Auch der Arbeitskreis Offene Kanäle (AKOK) stimmte, analog zu den 7 Thesen von

23 Vgl.: JARREN, Otfried / GROTHE, Thorsten / MÜLLER, Roy: Bürgermedium Offener Kanal: der Offene Kanal Hamburg aus der Sicht von Nutzern und Experten. Eine empirische Studie zu Nutzung und Bewertung des Offenen Kanals. Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM), Band 8. Berlin: Vistas, 1994. S.15ff.

24 BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): 7 Thesen von Kleinich. IN: KAMP, Ulrich / STUTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.16.

Kleinich zu, dass Offene Kanäle „das Wissen über Medien und ihre Wirkungsweise vermitteln (Sachkompetenz), die Fähigkeit fördern, die vorhandenen Medien kritisch zu nutzen (Rezeptionskompetenz), und die Möglichkeit schaffen, Medien selbstbestimmt zu gestalten (Partizipationskompetenz).“²⁵

Der Bundesverband Offener Kanäle (BOK) verfasste zum 4. Jahrestreffen Offener Kanäle in Berlin 1997 die „**Berlin Declaration: Open Channels in Europe**“, in der sie das Recht auf Bürgerbeteiligung an den Medien in Europa, rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen seitens der Europäischen Union (EU), sowie eine europäische Vereinigung für Bürgermedien fordern.²⁶ Ein Jahr später verabschiedete die BOK eine Erklärung in der die wichtigsten Merkmale, Funktionen und vielfältigen Aufgabenbereiche Offener Kanäle in einem erweiterten Rahmen definiert wurden.

- „Offene Kanäle sind von Bürgerinnen und Bürgern veranstaltetes lokales Radio oder regionales Fernsehen. Sie bilden neben dem öffentlich-rechtlichen und dem privat-wirtschaftlichen Rundfunk, die dritte
- des Rundfunksystems in Deutschland und werden ganz oder teilweise aus Rundfunkgebühren finanziert.
- Offene Kanäle sind Teil unserer demokratischen Kultur. Sie garantieren das Recht auf freie Meinungsäußerung in Radio und Fernsehen durch den freien und gleichberechtigten Zugang zu diesen Medien.
- Offene Kanäle schaffen Öffentlichkeit für Meinungen von Personen, Gruppen und Vereinigungen, die im sonstigen Medienangebot nicht vertreten sind. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung für einen funktionierenden demokratischen Prozeß, der von dem Austausch von Argumenten, der ständigen öffentlichen Auseinandersetzung und dem Kampf um Meinungen in der Öffentlichkeit lebt.
- Offene Kanäle vermitteln Medienkompetenz. Sie schaffen dadurch die Voraussetzung für einen kritischen und selbstbestimmten Umgang mit den Medien, die in zunehmendem und teilweise bedenklichen Maße die Entwicklung unserer Gesellschaft beeinflussen.
- Offene Kanäle sind Orte lokaler Kommunikation. Sie geben Impulse für soziale und kulturelle Aktivitäten und fördern die Integration unterschiedlichster Gruppen in ein demokratisches Gemeinwesen [...]“²⁷

25 ARBEITERKREIS OFFENE KANÄLE / BÜRGERMEDIEN (AKOK): Positionspapier des Arbeitskreises Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM): Medienkompetenz und Bürgermedien. 2000. Online im WWW unter URL: <http://www-buergerrundfunk.de> [Format: HTML; Stand: 10.4.2008].

26 Vgl.: BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): Berlin Deklaration. Berlin, 1997. Online im WWW unter URL: <http://www.open-channels.eu/de/deklaration.pdf> [Format: PDF; Stand: 11.4.2008].

27 BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): Erklärung zum Jahrestreffen Offener Kanäle. Berlin, 1998. Online im WWW unter URL: <http://www.bok.de/doku/erkl98.pdf> [Format: PDF; Stand: 11.4.2008].

Schließlich soll hier noch ein aktuelles und für den Erhalt bzw. für die Stärkung europäischer Bürgermedien äußerst bedeutsames Dokument kurz aufgegriffen werden. Der im Juni 2008 verfasste **Bericht des Ausschusses für Kultur und Bildung** (CULT) des Europäischen Parlaments über „gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa“ definiert Offene Kanäle als „nicht-profitäre“, gemeinnützige, unabhängige, demokratische und unzensurierte Medien, die u.a. einen wichtigen Beitrag zum interkulturellen Dialog leisten. Auch diese, für das Konzept eines Offenen Kanal in Südtirol überaus bedeutsame Funktion, soll im Laufe dieser Diplomarbeit genauer untersucht werden.

„Das Europäische Parlament fordert die Kommission und die Mitgliedsstaaten auf [...] Bürger- und Alternativmedien als Medien zu definieren, die:

- a) nicht-kommerziell und – sowohl von staatlicher als auch von lokaler Macht – unabhängig sind, sich hauptsächlich Aktivitäten widmen, die für die Allgemeinheit und die Bürgergesellschaft von Interesse sind, klar definierte Ziele verfolgen, die immer auf einen sozialen Zugewinn ausgerichtet sind, und zum Dialog zwischen den Kulturen beitragen;
- b) gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern, an die sie sich richten, verantwortlich sind [...] so dass die Dienste immer im Sinne der jeweiligen Gemeinde erbracht werden und die Entstehung von Netzwerken vermieden wird, die „von oben“ kontrolliert werden [...]“²⁸

Zusammengefasst sind Offene Kanäle also ein von BürgerInnen eigenständig und -verantwortlich produziertes lokales Radio oder Fernsehen. Sie stellen neben dem öffentlich-rechtlichen und dem privat-wirtschaftlichen Rundfunk die dritte „Säule“ des Rundfunksystems dar. Sie sind meist rundfunkgebührenfinanziert, werbefrei und nicht kommerziell. Offene Kanäle garantieren das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung in Radio und Fernsehen durch den freien und gleichberechtigten Zugang zu diesen Medien. Diese kommunikative Chancengleichheit bietet auch jenen Menschen ein Sprachrohr, die von den herkömmlichen Massenmedien ausgeschlossen sind. Sie bieten ihnen eine Plattform für die mediale Verbreitung „ihrer“ Themen und Ansichten. Offene Kanäle vermitteln zudem Medienkompetenz, fördern Integration, kommunikative Qualifizierung und soziale Kompetenzen. Sie ermöglichen politische Bildung und beleben den öffentlichen Diskurs, sowie den politischen, kulturellen und sozialen Nahraum.²⁹ Eine fundiertere Analyse der mannigfaltigen Funktionen Offener Kanäle soll in Kapitel 2.5 vorgenommen werden.

28 RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

29 Vgl.: Ebenda.

2.2 Abgrenzungen zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Medien

Auf den letzten Seiten wurde ein erster Eindruck vermittelt was Offene Kanäle überhaupt sind. Es scheint nun angebracht, eine Abgrenzung zwischen den öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Medien und in der Folge eine Differenzierung zwischen den artverwandten Konzepten vorzunehmen, um mögliche (begriffliche) Missverständnisse und unscharfe Trennlinien zu vermeiden.

In der heutigen Medienlandschaft schmücken sich ungerechtfertigterweise viele Rundfunkanbieter mit dem Titel Offener Kanal, denn „eine allgemein verbindliche und justitiable Definition z.B. im Sinne eines Titelschutzes existiert für den Offenen Kanal nicht, womit Jeder den Begriff frei im eigenen Sinne verwenden kann.“³⁰ Mit Sorge beobachtete die Expertengruppe Offener Kanal schon im Jahre 1989 „dass zunehmend und offenbar gezielt von Anbietern werbefinanzierter Programme und anderen Interessenten der Begriff 'OK'³¹ missbräuchlich verwendet wird. Offene Kanäle müssen, schon um Verwirrung bei den Zuschauern/Zuhörern zu vermeiden, frei von Verwechslungsgefahr mit benachbarten professionellen oder semiprofessionellen, den journalisten Anforderungen unterliegenden Sendungen auf denselben Kanälen [sein; *Anm. d. Verf.*].“³² Neben der Frage, wann die Bezeichnung „Offener Kanal“ nicht mehr angebracht ist, ist es ebenfalls notwendig den Begriff außerhalb des engen dualistischen Rundfunksystems zu betrachten. So beschäftigte sich die Universitätsprofessorin und Autorin Bettina Brandt mit folgender wesentlicher Frage:

„Zählen Offene Kanäle nun zu den privaten oder zu den öffentlich-rechtlichen Sendern? Eingetragene Vereine, und das ist die Organisationsform der meisten Offenen Kanäle, unterliegen dem privaten Recht. Da aber Bürgersender, nach Longolius, das Gemeinnützigste sind, was sich denken lässt, sind sie von öffentlich-rechtlichem Interesse und ihre Finanzierung erfolgt über einen Teil der Landesrundfunkgebühren. Die begriffliche Waffe 'Privat/öffentlich-rechtlich' taugt seiner Ansicht nach nicht länger.“³³

Der Seitenwechsel vom passiven Rezipienten zum aktiven Produzenten – ein wesentliches Merkmal Offener Kanäle – verändert, nach Ansicht des Obmanns des

30 KAMP, Ulrich: Vom Stand der Dinge. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.17.

31 Der Begriff „OK“ wird in der Folge öfters als Abkürzung für den Offenen Kanal verwendet werden.

32 KAMP, Ulrich (Hrsg.): Der Offene Kanal. Erfolge und Strukturen, 1989. IN: FÜRHAPTER, Helga: Die Entwicklung der Offenen Kanäle in Deutschland. Aufgabenstellungen zwischen Medienpartizipation und Medienkompetenzvermittlung. Diplomarbeit, Universität Wien, 2003. S.30.

33 BRANDT, Bettina: Offene Kanäle als Orte der Bildung? IN: KÖHLER-TERZ, Kai (Hrsg.): Offener Kanal Merseburg – Querfurt e.V. Medienkompetenzwerb und medienpädagogisches Handeln in Offenen Kanälen. Aachen: Shaker Verlag, 2004. S.52.

Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich und Herausgeber der Machbarkeitsstudie des Offenen Kanals Wien, Johannes Schütz, massiv den herkömmlichen Rundfunkbegriff: „[...] weshalb berechtigterweise die Überlegung angestellt werden muss, ob er [der Offene Kanal, *Anm. d. Verf.*] eine Zwischenstellung zwischen Massen- und Individualkommunikation einnimmt und eine eigene medienrechtliche Definition erforderlich wird, die eventuell zu einer Erweiterung des Rundfunkbegriffs führt“.³⁴ Innerhalb des triadischen Rundfunksystems kann der Offene Kanal als Ergänzung (Komplementärmedium) zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk definiert werden, weshalb er öfters auch als „Fernsehen der 3. Art“³⁵ oder als „3. Säule“ bezeichnet wird. Bürgermedien sind in ihrem Charakter völlig anders als klassische Medien. Ein wesentliches Differenzierungsmerkmal besteht darin, dass im Offenen Kanal jede/r BürgerIn die Möglichkeit hat aktiv an der Produktion von Programmen teilzunehmen. Die Zugangsoffenheit garantiert die Möglichkeit der Partizipation für Jedermann und Jederfrau. Im Unterschied dazu wird im öffentlich-rechtlichen, sowie im privat-kommerziellen Rundfunk eine Einwegkommunikation („one-to-many“) von professionellen Mitarbeitern betrieben.

Weiters gibt es im „Rundfunk der Dritten Art“ im Unterschied zum öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Fernsehen, keine Redaktion, keine Zensur (dennoch dürfen die Beiträge im Offenen Kanal selbstverständlich nicht die allgemeinen gesetzlichen Bestimmungen verletzen) und es wird meist kein auf zielgruppenorientiertes und auf Werbekunden zugeschnittenes Programmschema verwendet.

Einer der größten Kontraste zwischen öffentlich-rechtlichen, sowie privat-kommerziellen Medien und Offenen Kanälen besteht in der Produktion bzw. Machart der jeweiligen Programme. Während im klassischen Fernsehen von den professionellen MedienproduzentInnen eine gewisse Qualitätsanforderung technischer, formaler und ästhetischer Natur erwartet wird, gibt es im Offenen Kanal keinerlei Vorgaben. Die Sendungen im Privatfernsehen sind an den Sehgewohnheiten eines

34 SCHÜTZ, Johannes: Grundrecht Medienpartizipation. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.87.

35 „Die Bürgermedien nehmen deshalb eine dritte Position ein, da sie privatrechtlich verfasst sind und außerhalb des öffentlich-rechtlichen Systems stehen. Sie werden mit öffentlichen Mitteln finanziert, beziehen ihre Existenz aber aus dem Grundrechtsartikel 5 und dem daraus abgeleiteten Integrationsmodell.“ FÜRHAPTER, Helga: Die Entwicklung der Offenen Kanäle in Deutschland. Aufgabenstellungen zwischen Medienpartizipation und Medienkompetenzvermittlung. Diplomarbeit, Universität Wien, 2003. S.19.

breiten Publikums orientiert. Alternative Gestaltungselemente oder Abweichungen vom „Mainstream“ werden meist als störend, da produktionshemmend, wahrgenommen.³⁶ Während auf visueller Ebene zunehmend eine Reizüberflutung (mit schnellen Schnitten, unzähligen Lichtreflexen und wilden Kamerafahrten) zu erkennen ist, werden auf inhaltlicher Ebene möglichst spärliche und stets kurze, leicht verdauliche Informationen vermittelt. In diesem Zusammenhang stellen die Autoren und Bürgermedienexperten Ulrich Kamp und Alex Studthoff folgendes, in ihrer Einleitung, sarkastisch fest:

„Das Programm Offener Kanäle mag im direkten Vergleich mit öffentlich-rechtlichen oder kommerziellen Fernseh- oder Hörfunk-Programmen nicht immer gut abschneiden, insbesondere was den technischen Standard angeht. Aber wenn in den Programmen der kommerziellen Veranstalter die Bilder nicht wackeln und die Stimmen nicht zittern, vielleicht wackeln ja die Inhalte, wenn es sie denn gibt.“³⁷

Diese Inhalte müssen, falls überhaupt vorhanden, in „klassischen Massenmedien“ bestimmte Voraussetzung erfüllen (Stichwort: Nachrichtenwert-Theorie), ein breites Publikum ansprechen und eine möglichst hohe gesellschaftliche Relevanz aufweisen, um als „berichtenswert“ zu gelten. Im Gegensatz dazu findet im Offenen Kanal keine Selektion der Themen statt; die inhaltliche Freiheit soll stets gewährleistet sein. So bestimmt einzig und allein der/die ProduzentIn ob und wie ein Thema dargestellt werden soll. Ein besonderes Anliegen ist es, den medial unterrepräsentierten Gruppen und ihren vernachlässigten Themen eine Plattform zu geben. „Der Grundauftrag des Komplementärmediums liegt in dem Empowerment jener Gesellschaftsgruppen, die in den ersten beiden Rundfunkarten nicht zu Wort kommen und im Offenen Kanal eine Verbreitungsplattform bzw. eine zusätzliche Artikulationsmöglichkeit für ihre Anliegen finden.“³⁸ Dadurch können sie die meist (bewusst) negativ konnotierte und stereotypische Darstellung gewisser Medien korrigieren, indem sie ihre Sichtweisen, Themen und Meinungen im Offenen Kanal selbstbestimmt und ohne Zensur an eine lokale Öffentlichkeit vermitteln bzw. artikulieren.

36 Vgl.: ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981. S.33.

37 KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.S.5.

38 GEPL, Monika / KREUCH, Gerhard / LUDESCHER, Martin: Professionalität im „Offenen Kanal“. Okto – ein Widerspruch? Schriftenreihe des Forschungsbereiches Wirtschaft und Kultur, Nr.9. Wirtschaftsuniversität Wien, 2007. S.15. Online im WWW unter URL: http://epub.wu-wi-en.ac.at/dyn/virlib/wp/mediate/epub-wu-01_d23.pdf?ID=epub-wu-01_d23 [Format: PDF; Stand: 11.5.2008].

Ein weiterer wesentlicher Unterschied ist, dass die Produktion des privat-kommerziellen Rundfunks vornehmlich vom „Diktat des Marktes“ bestimmt wird. Erfolgreiche Sendungen werden nach dem Prinzip „If something works, do more of the same“ kopiert. Der Zuschauer wird von billigen, massentauglichen Infotainmentsendungen, Telenovelas und so genannten „Reality-TV“ Formaten überhäuft. Dabei spielen Inhalte meist nur eine untergeordnete Rolle; entscheidend ist allein die Quote und die Zufriedenheit der Werbekunden. Auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist zunehmend eine Annäherung an das Privatfernsehen zu erkennen. Obwohl die öffentlich-rechtlichen Sender gebührenfinanziert und dem Bildungsauftrag verpflichtet sind, müssen auch sie ihre Programme den Anforderungen des Marktes anpassen, um im hart umkämpften Wettbewerb der Werbeeinnahmen konkurrenzfähig zu bleiben. Im Unterschied dazu herrscht in Offenen Kanälen durch ihre nicht-kommerzielle Ausrichtung und der Finanzierung durch öffentliche Gelder kein Profit- und nur bedingter Quotendruck.³⁹

Neben den unterschiedlichen Organisationsformen und der weitaus geringeren Reichweite⁴⁰ der Offenen Kanäle im Gegensatz zu den klassischen Massenmedien, gibt es schließlich wesentliche Unterschiede im Bereich Werbung und Finanzierung. In Offenen Kanälen ist Werbung (auch Wahl-, Schleich-, Partei- und religiöse- oder weltanschauliche Werbung) sowie Product Placement und Sponsoring grundsätzlich verboten. Wie bereits erwähnt gibt es, besonders in den USA, dennoch Bürgermedien, die sich durch Werbung selbst finanzieren, allerdings nur um ihre Kosten abzudecken und nicht um Gewinne zu erwirtschaften („non-profit“). Demgegenüber erzielen die meisten Privatfernsehsender ihren Umsatz aus Werbeeinnahmen und aus kostenpflichtigen Zuschaueranrufen. Das Finanzierungssystem öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten hingegen ist eine Mischform aus Gebühren- und Werbeeinnahmen. In Deutschland erzielen die öffentlich-rechtlichen Sender immerhin 6 % ihrer Erlöse aus Werbung und Sponsoring.⁴¹ Dabei ist die erlaubte Gesamtdauer der Werbung im

39 Die Einschaltquote ist für den Offenen Kanal zwar kein entscheidendes Kriterium, dennoch braucht er, um seine vielfältigen Funktionen bestmöglich umzusetzen, doch auch genügend RezipientInnen. Vgl.: WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Offene Kanäle nach der Aufbauphase. Bilanz bisheriger Begleitforschung. IN: Media Perspektiven Nr.7, 1993. S.337.

40 Unter Reichweite versteht man: „die Bezeichnung des Gebiets, der Haushalte oder Personen, die ein Medium oder ein einzelnes Fernseh- oder Hörfunkprogramm zu einer bestimmten Zeit erreicht.“ MEDIENDATEN SÜDWEST: Reichweite. 2001. Online im WWW unter URL: http://www.medien-daten.de/gesamt/medienglossar/glossar_rw.html [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

41 Vgl.: Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (GEZ). Online im WWW unter URL: http://www.gez.de/die_gez/medienlandschaft/index_ges.html [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

öffentlich-rechtlichen Rundfunk durch den Rundfunkstaatsvertrag (RstV) aus dem Jahre 1991 auf jeweils höchstens 20 Minuten werktäglich im Jahresdurchschnitt begrenzt.⁴² Nach dem österreichischen Rundfunkgesetz (RFG) dürfen die Fernsehwerbungen des ORF „im Jahresdurchschnitt die Dauer von 5 vH der täglichen Sendezeit pro Programm nicht überschreiten“.⁴³

Schließlich sei hier noch auf das Lokalfernsehen verwiesen, das fälschlicherweise oft mit Offenen Kanälen verwechselt wird. Denn „unter dem Begriff Lokalfernsehen versteht man einen bestimmten lokalen Fernsehkanal, bei dem speziell für das Kabelnetz ein Programm produziert wird, das auch inhaltlich stark am lokalen Geschehen orientiert ist, jedoch professionell betrieben wird.“⁴⁴ Diese lokalen Fernsehstationen, die verschieden organisiert sein können, werden ausschließlich von Berufsjournalisten betrieben. Außerdem gibt es inhaltliche und programmliche Richtlinien. Partizipation seitens der BürgerInnen ist, anders als im Offenen Kanal, nicht oder nur sehr begrenzt möglich.

Abschließend soll nachfolgende tabellarische Auflistung einen Überblick über die wichtigsten (Differenzierungs-)Merkmale öffentlich-rechtlicher Anstalten, privat-kommerzieller Sender und Bürgermedien liefern. (Siehe nächste Seite).

42 Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RstV). II. Abschnitt, § 16 Dauer der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Absatz 1. 1991. Online im WWW unter URL: <http://www.lfk.de/gesetzeundrichtlinien/rundfunkstaatsvertrag/main.html> [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

43 Österreichisches Rundfunkgesetz (RFG). III. Abschnitt Werbung und Patronanzsendungen, § 13 Definition der Werbung und Werbezeiten, Absatz 7. 2001. Online im WWW unter URL: <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G#z13> [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

44 ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981. S.25.

BÜRGERMEDIEN	ÖFFENTLICH-RECHTLICHE MEDIEN	PRIVAT-KOMMERZIELLE MEDIEN
Zugangsoffenheit, Partizipationsmöglichkeiten.	Keine oder nur äußerst begrenzte Zugangsoffenheit und Partizipationsmöglichkeiten.	Keine oder nur äußerst begrenzte Zugangsoffenheit und Partizipationsmöglichkeiten.
Programm wird von Laien, eigenständig und eigenverantwortlich produziert (Fernsehen von BürgerInnen für BürgerInnen). Jedes Thema wird, sofern sie den jeweiligen Gesetzen entspricht, gesendet.	Programm wird von professionellen Journalisten/Redakteuren produziert. Themen werden nach ihrer Relevanz bewertet und selektiert.	Programm wird von professionellen Journalisten/Redakteuren produziert. Themen werden nach ihrer Relevanz bewertet und selektiert.
Keine Zensur, Keine Radaktion.	Zensur (möglich) Redaktionelle Arbeit.	Zensur (möglich) Redaktionelle Arbeit.
Gemeinnützigkeit (für die lokale „Community“ gedacht) Vielfältige Ziele: Verwirklichung von Meinungs- und Rundfunkfreiheit, Partizipation, Artikulation, Medienkompetenzerwerb etc.	Grundversorgung- und Bildungsauftrag. Ziel: Zuschauer mit Information, Bildung und Unterhaltung zu beliefern.	Nicht-gemeinnützig. Ziel: möglichst viele Werbeeinnahmen und möglichst hohe Quoten zu erreichen.
Nichtkommerziell, („non profit“). Werbung nicht erlaubt (oder nur in eingeschränkter Form) Finanzierung durch öffentliche Hand.	Nichtkommerziell, („non profit“). Werbung nur in eingeschränkter Form erlaubt. Finanzierung durch Rundfunkgebühren und Werbeeinnahmen.	Kommerziell/profitorientiert. Werbung erlaubt. Finanzierung durch Werbeeinnahmen.
Meist „bottom-up“ Struktur.	„Top-down“ Struktur.	„Top-down“ Struktur.
„Many-to-many“-Kommunikation.	„One way“-Kommunikation.	„One way“-Kommunikation.
Regional beschränktes Verbreitungsgebiet.	Nationales (oder internationales) Verbreitungsgebiet.	Nationales (oder internationales) Verbreitungsgebiet.
Meist unstrukturiertes Programm („Prinzip der Schlange“). Meist kein Programmschema	Strukturiertes Programm.	Strukturiertes Programm (Zielgruppenorientierung).

Tabelle 1: Charakteristika öffentlich-rechtlicher Sender, privat-kommerzieller TV-Anstalten und Bürgermedien.

2.3 Differenzierungen innerhalb der Bürgermedien

Im letzten Unterkapitel wurde eine Abgrenzung zum öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk vorgenommen. Nun soll eine Differenzierung innerhalb der heterogenen Bürgermedienlandschaft folgen. Wie bereits weiter vorne erwähnt, existiert keine unumstrittene, einheitliche Definition des Offenen Kanals. Zudem gibt es eine verwirrende Anzahl an Begriffen artverwandter Konzepte, die jedoch Unterschiede in Funktion, Ziele und Umsetzung aufweisen. Zwischen den unzähligen Arten von Bürgermedien, wie zum Beispiel Public Access Television, Open Channels, PEG-Chan-

nels⁴⁵, Civil Media, Freies Fernsehen / Freies Radio, Community Television, Bürger-rundfunk, Hochschul- bzw. Campusmedien, Aus-, Fortbildungs- bzw. Erprobungskanäle gibt es Konvergenzen, Überschneidungen und (mehr oder weniger deutliche) Abgrenzungen. Diese Gegebenheit ist einerseits durch die unterschiedlichen Länder in denen diese Begrifflichkeiten entstanden sind, beeinflusst worden. So wurde der Begriff Offener Kanal vom englischen „public access“ übernommen und suggeriert, ähnlich zum Terminus freies Fernsehen, den unbeschränkten und diskriminierungsfreien Zugang zum Sender. Andererseits wurden neue Konzepte, sowie Mischformen durch Erfahrungen aus der Praxis entwickelt, die teilweise deutliche Unterschiede zu den ursprünglichen, idealtypischen Grundprinzipien aufweisen.

Besonders in Großbritannien entstand ein, dem Konzept Offener Kanäle ähnliches Modell, namens **Community Television**. Bereits 1973 wurde mit dem Projekt „Swindon Viewpoint“, ein Community Sender errichtet, der die medial unterversorgte 100.000 Einwohner-Stadt Swindon (im Südwesten Englands) mit lokaler Berichterstattung beleben sollte. Neben dem Lokalbezug, dem freien Zugang (auch für nicht Ansässige), der Nicht-Kommerzialität, sowie der Integrations- und Artikulationsfunktion – Merkmale die auch für den Offenen Kanal kennzeichnend sind – wurden Beiträge nicht ausschließlich von BürgerInnen gestaltet, sondern auch von professionellen Mitarbeitern hergestellt. So wurde schon von Anfang an festgelegt, dass: „zusätzlich zu den von Bürgern selbst produzierten Programmen [...] die Projektleitung noch einige Sendungen mit lokalem Bezug her[stellt]. Dabei sollen auch solche Beiträge produziert werden, die von Bürgern vorgeschlagen werden, die es sich aber (noch) nicht zutrauen, die Produktion selbst in die Hand zu nehmen.“⁴⁶

Eines der primären Anliegen der Community-Kanäle ist, wie der Name schon impliziert, die Herausbildung, Zusammenführung und Förderung von Gemeinschaften. So definiert Schütz die Ziele von Community-Channels, im Gegensatz zu klassischen Offenen Kanälen, folgendermaßen: „Man könnte sagen, wenn man die Definitionen auseinander halten will, dass sich der Offene Fernsehkanal mehr auf die Vermittlung von

45 PEG-Channels sind Public, Educational and Governmental Access Channels. Public Channels sind als Synonyme für Offene Kanäle, also ein von BürgerInnen eigenverantwortlich produziertes, werbefreies, zugangsoffenes und unzensiertes Fernsehen zu verstehen. Educational Channels sind (wie die Campusmedien) Sender, die von Bildungsinstitutionen (Schulen, Universitäten) u.a. zur Erlernung von Medienkompetenz, errichtet werden. Governmental Channels schließlich sind Instrumente der jeweiligen lokalen Regierung, um politische Ereignisse/Beschlüsse etc. medial der örtlichen Gemeinde zu vermitteln. Vgl.: FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (FCC): PEG-Channels, 1998. Online im WWW unter URL: <http://www.fcc.gov/mb/facts/pegfacts.html> [Format: HTML; Stand: 2.6.2008].

46 ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981. S.53.

Medienkompetenz konzentriert. Das Community-Fernsehen dient mehr der Herausbildung von Communities [...]“⁴⁷ Das Projekt „Swindon Viewpoint“ bewies nicht nur das große Interesse an lokaler Berichterstattung, sondern auch die große Sympathie zum, sowie die enorme Identifikation der Gemeinde mit dem Sender. Die Projektleitung wollte bereits in der Konzeption des Kanals, dass „die Bürger [...] sich mit der Station und ihrem Programm identifizieren können, es sollte ‘ihr’ Sender sein.“⁴⁸

Das Potenzial von Bürgermedien zur Schaffung bzw. Interaktion von, das Wissen über, sowie der Dialog zwischen Communities kann hier nicht genügend unterstrichen werden und soll besonders in Bezug auf einen Offenen Kanal in Südtirol im Laufe dieser Arbeit weiter untersucht und verifiziert werden. (Siehe dazu Kapitel 8.1 und 9.2)

Ein weiterer (aber schwer trennbarer) Unterschied zwischen klassischen Offenen Kanälen und Community-Sendern ist schließlich die Programmstruktur. Während es in den meisten Offenen Kanälen kein klassisches Programmschema gibt (sondern das bereits beschriebene „First-come, first-served“-Prinzip), arbeiten viele Community-stations mit Programmschienen, um einerseits Sendungen besser weiter entwickeln zu können, eine kontinuierliche und bessere Zusammenarbeit zwischen den ProduzentInnen zu garantieren und der Stärkung von Communities zu helfen. Andererseits, um den RezipientInnen Strukturierung im ansonsten durcheinander gemischten Programm zu geben und sie mehr an das Programm zu binden.⁴⁹ (Über die Vor- und Nachteile diverser Formen der Programmstrukturierung siehe Kapitel 2.7)

Eine weitere Ausprägung von Bürgermedien ist der so genannte **Bürgerfunk**. Unter dem Begriff entwickelte sich in Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Bremen ein Konvergenzmodell zwischen typischen Elementen des nicht-kommerziellen Radorundfunks (NKL) und Charakteristiken des Offenen Kanals. Neben einem starken Lokalbezug, der kulturellen Aufgabe und der Sicherung eines freien Zugangs für alle BürgerInnen, wird besonders die Vermittlung von Medienkompetenz als zentrale Aufgabe betont. So ist in Niedersachsen diese zentrale Aufgabe explizit im Mediengesetz verankert.⁵⁰

47 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

48 ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981. S.53.

49 Vgl.: FISCHER, Arthur: Der Offene Kanal und ihre Zuschauer. IN: KAMP, Ulrich/ STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.120-127.

50 Vgl.: WILLERS, Peter: Bürgermedien in der Praxis. 2005. Online im WWW unter URL: <http://www.buergerrundfunk.de> [Format: HTML; Stand: 8.6.2008].

Demnach muss der Bürgerrundfunk:

- „1. die lokale und regionale Berichterstattung, sowie das kulturelle Angebot Verbreitungsgebiet des Programms publizistisch ergänzen,
 2. den Bürgerinnen und Bürgern den Zugang zum Rundfunk gewähren und
 3. Medienkompetenz vermitteln.
- Zum publizistisch zu ergänzenden kulturellen Angebot nach [...] gehören auch die im Verbreitungsgebiet des Programms gebräuchlichen Regional- oder Minderheitensprachen.⁵¹

Einer der Hauptunterschiede zu den Offenen Kanälen ist schließlich, dass der Bürgerrundfunk die lokale Berichterstattung in eigener redaktioneller Verantwortung auch durch haupt- und ehrenamtliche MitarbeiterInnen erzeugt. Nichtsdestotrotz müssen ausreichend offene Sendeplätze für interessierte BürgerInnen sichergestellt werden.⁵²

Die Vermittlung von Medienkompetenz ist, neben der Ausbildung von journalistischen und handwerklichen Fähigkeiten, ebenfalls eine zentrale Aufgabe der so genannten **Campus- oder Hochschulmedien**. Während in den Vereinigten Staaten das Hochschulfernsehen (Educational Channels) bereits seit langem fest in der Universitätsstruktur verankert ist, haben sich diese im deutschsprachigen Raum erst seit den 1990er Jahren etabliert. In Deutschland existieren zwar relativ viele Hochschul- bzw. Campusmedien, doch nur wenige Projekte besitzen eine eigene Lizenz, da die dafür notwendigen medienrechtlichen Voraussetzungen von den jeweiligen Ländern (noch) nicht geschaffen wurden. Die meisten Medien dieser Art sind in den jeweiligen kommunikationswissenschaftlichen Instituten gekoppelt und dienen als wichtige studienbegleitende Aus- bzw. Fortbildungsstätte, in denen der/die StudentIn unter quasi-realistischen Bedingungen wichtige Kompetenzen (weiter)entwickeln kann. Auffallend ist schließlich die Tendenz der Campusmedien, über die Grenzen der Universität weiter zu wachsen und ihre Programme in (festen) Sendeplätzen auch in lokalen oder regionalen Sendern auszustrahlen.⁵³

Eine ähnliche Ausrichtung, wie die Hochschulmedien haben schließlich die **Aus-, Fortbildungs- und Erprobungskanäle** in Bayern (AFK), Hamburg (BAK) und Sachsen (SAEK). Der Schwerpunkt liegt, wie der Name suggeriert, in der journalistischen

51 Niedersächsisches Mediengesetz (Nmedieng). Vierter Abschnitt Bürgerrundfunk, § 27 Grundlagen und Aufgaben des Bürgerrundfunks, Absatz 3. 2001. Online im WWW unter URL: <http://www.schule.de/2262019/nmedieng2.htm#p27> [Format: HTML; Stand: 10.4.2008].

52 Vgl.: WILLERS, Peter: Bürgermedien in der Praxis. 2005. Online im WWW unter URL: <http://www.buergerrundfunk.de> [Format: HTML; Stand: 8.6.2008].

53 Vgl. Ebenda.

Aus- und Fortbildung, sowie im selbstbestimmten, praktischen Umgang mit Medien. Die sächsischen Aus- und Fortbildungs Kanäle sind charakterisiert durch Zugangsoffenheit und einer medienpädagogischen Ausrichtung. Dank der vielfältigen Kooperationen nicht nur mit universitären Einrichtungen, sondern auch mit diversen Fernsehstationen, haben sich diese Kanäle (besonders in Bayern) als Nachwuchsschmiede für angehende „Medienprofis“ bewährt. In Bayern und Sachsen stellen diese Initiativen die einzige Möglichkeit für BürgerInnen dar, aktive und eigenständige Medienarbeit zu leisten.⁵⁴

Auch dieses Unterkapitel soll mit einer Tabelle der verschiedenen Formen von Bürgermedien abgerundet werden.

Typen	Beispiel	Übertragungsweg	Finanzierung	ProduzentInnen	Programm
Offener Kanal	„OKB“, Berlin	Kabel, teilweise auch über Internet (webstream und/oder Archiv)	Durch Landesmedienanstalten (2% der allg. Fernsehgebühren), durch gemeinnützige Vereine, durch die jeweilige Stadt, Land oder Gemeinde, teilweise durch EU-Subventionen, teilweise durch Sponsoring, Mitgliedsbeiträge und dergleichen.	Laien	Meist nach dem „Prinzip der Schlange“ geordnetes Mischprogramm. Teilweise auch strukturiertes Programmschema (fixe Sendeplätze, Sendeschienen oder Themenabende)
Community Channel	„OKTO“, Wien	Kabel, teilweise auch über Satellit und über Internet (webstream und/oder Archiv)	Durch Stadt, Land oder Gemeinde, teilweise auch durch kommerziellen Gesellschaften, teilweise durch Sponsoring, Mitgliedsbeiträge u. dgl.	Laien und durch haupt- und ehrenamtliche MitarbeiterInnen.	Sowohl unstrukturiertes, als auch festes Programmschema (fixe Sendeplätze, Sendeschienen oder Themenabende)
Public Access Channel	„Manhattan Neighborhood Network“ (New York, USA)	Kabel, teilweise auch über Satellit und über Internet (webstream und/oder Archiv)	Durch kommerzielle Gesellschaften (Franchise), Kostendeckung durch verschiedene Werbeformen, Mitgliedsbeiträge, Spenden und dergleichen.	Laien	Meist nach dem „Prinzip der Schlange“ geordnetes Mischprogramm. Teilweise auch strukturiertes Programmschema (Sendeschienen oder Themenabende)
Governmental Channel	„Little Rock Television“	Kabel, teilweise auch über Inter-	Durch kommunale Verwaltung	Professionelle Medien-	Informationsprogramm (Liveübertragung von Versammlungen,

54 Vgl. Ebenda.

	(Arkansas, USA)	net (webstream und/oder Archiv)		macher.	Stadtratssitzungen, amtliche Bekanntmachungen, Wahlberichterstattungen oder Zivilschutzwarnungen.
Educational Channel	„DUTV – Department of Media Arts Drexler University“ (Pennsylvania, USA)	Kabel, Programmfenster, teilweise auch über Internet (webstream und/oder Archiv)	Durch kommerzielle Gesellschaften (Franchise), Kostendeckung durch versch. Werbeformen, Mitgliedsbeiträge, Spenden und dergleichen.	Laien	Meist strukturiertes Programmschemata, feste Sendeplätze.
Aus-, Fortbildungs- und Erprobungskanäle (AFK, BAK, SAEK)	„AFKTV“ München „SAEK“ Leipzig BAK „TIDE TV“ Hamburg	Kabel, teilweise auch über Antenne, Satellit, DVB-T, im Programmfenster des kommerziellen Fernsehens und über Internet.	Durch Landesmedienanstalten, gemeinnützige Vereine, GmbHs oder durch (private) Stiftungen, teilweise durch Sponsoring, Spenden und dergleichen.	Laien	Teilweise strukturierte Programmschema (feste Sendeplätze, Sendeschienen oder Themenabende) teilweise keine Regelungen bezüglich der Programmstruktur.
Bürgerrundfunk	„H1“ Hannover	Kabel	Durch Landesmedienanstalten, gemeinnützigen Trägervereine, lokal akquirierte Drittmittel oder durch Spenden, Mitgliedsbeiträge und dergleichen.	Laien und durch haupt- und ehren- amtliche MitarbeiterInnen.	Regelmäßige, lokale Berichterstattung in redakt.- Verantwortung, dennoch müssen genügend Plätze für Laien freigehalten werden
Offener Kanal Internet	„Open.web.tv“	Internet (livestream und Archiv)	Unter anderem durch die versch. Landesmedienanstalten.	Laien	Beiträge aus diversen Offenen Kanälen

Tabelle 2: Typen von Bürgermedien.

2.4 Merkmale Offener Kanäle

In den vorangegangenen Unterkapiteln wurden bereits die wichtigsten Kennzeichen und Eigenschaften der Bürgermedien exemplarisch aufgezeigt. Deshalb soll hier lediglich eine übersichtsmäßige Auflistung der Charakteristiken Offener Kanäle folgen. Es lassen sich trotz Differenzen zwischen den einzelnen Konzepten grundsätzliche Strukturmerkmale beschreiben, die allen Bürgermedien inhärent sind und sie von den öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Sendeanstalten unterscheiden:

- Die grundsätzliche Zugangsoffenheit als Voraussetzung und Garant für das Grundrecht auf Meinungsäußerungs- und Rundfunkfreiheit.
- Gemeinnützigkeit, Werbefreiheit und Nicht-Kommerzialität („non-profit“)
- Kostenlose Bereitstellung der Produktionsmittel (Studio, Kamera, Schnittplatz)
- Eigenverantwortliche, selbstbestimmte und unzensierte Produktion von Beiträgen seitens der mitwirkenden BürgerInnen.
- Keine inhaltliche oder formale Richtlinien, keine Redaktion, keine professionellen Journalisten, meist kein starres Sendeschema.
- ProduzentInnen des Offenen Kanals erhalten Hilfestellung von Medienassistenten bzw. „Kommunikationshelfer“.
- Die Beiträge werden meist nach der Reihenfolge der Anmeldung („first come, first served“ bzw. dem „Prinzip der Schlange“) gesendet.
- Selektion der Themen erfolgt nicht nach den Kriterien des Berufsjournalismus (Nachrichtenwert-Theorie), sondern allein der/die ProduzentIn des Offenen Kanals entscheidet, was er/sie berichten möchte.
- Lokalbezug und örtlich begrenzte Verbreitung (geringe Reichweite).
- Die Zuschauerquote, sowie die professionelle inhaltliche und formale Umsetzung von Beiträgen stehen nicht im Vordergrund. Wichtiger ist der Prozess der selbständigen Produktion von Beiträgen und die daraus erlernten Fähigkeiten.
- Die Trägerschaft des Senders liegt entweder bei den jeweiligen Landesmedienanstalten oder der Offene Kanal wird als gemeinnütziger Verein, als GmbH oder als eigenständige Körperschaft des öffentlichen Rechts organisiert.⁵⁵

2.5 Funktionen und Zielsetzungen

Wie bereits erwähnt gibt es nicht *den* Offenen Kanal, sondern eine Vielzahl an verschieden ausgeprägter Bürgermedien mit unterschiedlichen Zielsetzungen und Funktionen, von denen hier die Wichtigsten berücksichtigt werden sollen. Die zahlreichen Anforderungen am Offenen Kanal sollen in der Folge nochmals knapp wiederholt und schließlich der, von Experten viel zitierte, „schleichende

55 Vgl.: WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Der offene Kanal in Deutschland: Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 1992. S.16. Vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. S.19 ; S. 26.

Funktionswandel“ aufgegriffen werden.

Grundsätzlich gibt es zwei Ansätze, wie Offene Kanäle konzipiert werden können: Während der **prozessorientierte Ansatz** die Vermittlung von Medienkompetenz anstrebt, also eher medienpädagogische Anliegen verfolgt, ist die **produktorientierte Konzeption** an demokratiepolitischen Zielen interessiert. Die Herstellung von Gegenöffentlichkeit, die Konzentration auf bildungspolitische Anliegen, sowie die Etablierung alternativer Medienarbeit sind kennzeichnend für diesen Ansatz. Die Bürgermedienlandschaft in Deutschland ist überwiegend vom prozessorientierten Ansatz geprägt. So werden Offene Kanäle heute meist als Bildungsinstitutionen gesehen, deren Hauptaufgabe die Vermittlung von Medienkompetenz, der so genannten „media literacy“, ist.⁵⁶

In der Gründerzeit der 1980er Jahre war die Funktion Offener Kanäle meist nur auf die Bereitstellung einer zugangsoffenen, werbefreien und gemeinnützigen Plattform reduziert, die selbst kein Programm herstellt. Im Laufe der Zeit hat sich jedoch die Bandbreite an Funktionen und Zielen beträchtlich erweitert. Die AutorInnen Winterhoff-Spurk et. al. teilen, in ihrer 1992 durchgeführten Studie „Der offene Kanal in Deutschland“ die Fülle an Zielvorstellungen und Funktionen Offener Kanäle nach folgenden individuenbezogenen und gesellschaftsbezogenen Zielen ein.

„a) **Individuenbezogene Ziele:**

- Förderung der kreativen Fähigkeiten bei OK-Produzenten,
- Förderung von Selbst- und Gruppenerfahrung durch die unmittelbare Kommunikation im Produktionsprozeß,
- Förderung der Kritikfähigkeit von OK-Produzenten und -Rezipienten gegenüber herkömmlichen Massenmedien,
- Förderung der kommunikativen Chancengleichheit für vernachlässigte Gruppen.

b) **Gesellschaftsbezogene Ziele:**

- Belebung der öffentlichen Diskussion und politischen Kultur im lokalen und regionalen Bereich,
- Diskussion vernachlässigter Themen,
- Entwicklung neuer Programmformen,
- Veränderung der herkömmlichen Massenmedien durch konstruktive Auseinandersetzung mit dem OK,

56 Vgl.: SCHÜTZ, Johannes: Zur Konzeption Offener Kanäle. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.19.

- Beschleunigung allgemeiner gesellschaftlicher Veränderungen.⁵⁷

Die AutorInnen kommen zu dem Schluss, dass zwar einige Ziele, wie beispielsweise die Förderung von Selbst- und Gruppenerfahrungen, die Kritikfähigkeit gegenüber den Massenmedien und die Kreativität der NutzerInnen erfüllt, dennoch nicht alle ursprünglichen Ziele eingelöst werden können. So konstatieren sie kritisch:

„Nur bei einem längerfristigen und aktiven Engagement ist überhaupt zu erwarten, daß die [...] Funktionen von Offenen Kanälen im Laufe der Zeit vermehrt in Anspruch genommen werden. Bis dahin muß der OK nach dem Verhalten seiner Produzenten und Rezipienten wie im Spiegel seiner Beiträge allerdings noch als ein gern, intensiv und mit persönlichem Gewinn genutztes, aber vergleichbar unpolitisches, wenig innovatives und zu wenig rezipiertes Medium beurteilt werden.“⁵⁸

Zu einer ähnlich nüchternen Beurteilung kommen die AutorInnen der Studie im Hinblick auf die gesellschaftsbezogenen Ziele, dessen Umsetzung allenfalls provisorisch und mit Vorsicht betrachtet werden muss.⁵⁹ Die Programme des Offenen Kanals werden nach Winterhoff-Spurk et. al. zu wenig rezipiert, um eine öffentliche Diskussion und die politische Kultur im lokalen Raum in Gang zu setzen. Zwar werden im Offenen Kanal vernachlässigte Themen aufgegriffen und vereinzelt neue Programmformen entwickelt, doch insgesamt kann der Offene Kanal noch nicht als repräsentatives Medium bezeichnet werden.⁶⁰ Obwohl diese Kritik bei manchen Aspekten (vor allem bei den letztgenannten gesellschaftsbezogenen Ziele) durchaus legitim und auch heute noch zutreffend ist, können andere Funktionen durch diverse empirischen Studien belegt und anhand zahlreicher offizieller Dokumente, wie beispielsweise der Bericht des Ausschusses für Kultur und Bildung der Europäischen Union, untermauert werden.

Eine wesentliche Funktion, welche von Winterhoff-Spurk et. al. nicht explizit erwähnt wurde, ist die **Integrationsfunktion** von Bürgermedien. So treffen sich im Offenen Kanal Menschen unterschiedlicher Herkunft, Sprache und Ethnie und arbeiten idealerweise miteinander.⁶¹ Dort bekommen sie nicht nur die Möglichkeit am medialen Dis-

57 WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Der offene Kanal in Deutschland: Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 1992. S.17.

58 Ebenda., S.208.

59 Ebenda., S.198.

60 Vgl.: WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Offene Kanäle nach der Aufbauphase. Bilanz bisheriger Begleitforschung. IN: Media Perspektiven Nr.7, 1993. S.336-340.

61 Der Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle Jürgen Linke verdeutlicht in treffender Weise die integrative, wie demokratische Funktion von Bürgermedien. „Wie anti-demokratisch, radikal-politisch, religiös-fundamentalistisch ein Programmierer auch immer sein mag, wenn er die Schwelle zum Offenen Kanal Berlin überschreitet, unterwirft er sich dessen Regeln. Er akzeptiert,

kurs teilzunehmen, sondern sie können an diesem Ort der Begegnung und des (interkulturellen) Dialogs, auch neue Kontakte außerhalb ihrer „Community“ knüpfen. Des Weiteren können durch die authentischen (Selbst-)Portraits von MigrantInnen etc. zum einen möglicherweise alte Stereotypen entkräftet und Vorurteile revidiert werden. Zum anderen können diese selbst gestalteten Sendungen zu einem besseren Verständnis und zu mehr Information über bestimmte „Randgruppen“ beitragen. Diesbezüglich würdigt auch das Europäische Parlament im obengenannten Bericht über „gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa“ die integrative, vermittelnde, friedensstiftende und interkulturelle Leistung von Bürgermedien.

„Das Europäische Parlament [...] betont ferner, dass die Bürgermedien den interkulturellen Dialog fördern, indem sie zur Bildung der breiten Öffentlichkeit beitragen, negative Stereotypen bekämpfen und das Bild zurechtrücken, das die Massenmedien von gesellschaftlichen Gruppen vermitteln, die von sozialer Ausgrenzung betroffen sind, wie Flüchtlinge, Migranten, Roma und andere ethnische und religiöse Minderheiten; betont, dass Bürgermedien eines der Instrumente zur Erleichterung der Integration von Einwanderern sind und es auch benachteiligten Mitgliedern der Gesellschaft erlauben, sich aktiv zu beteiligen und an für sie wichtigen Diskussionen teilzunehmen“⁶²

Eine der wesentlichsten Funktionen und wesentliche Legitimationsgrundlage von Bürgermedien, ist ihr **demokratische Mehrwert**. Denn im Offenen Kanal werden nicht nur demokratische Grundwerte praktisch erfahren, erkannt und erlernt, sondern es wird aktiv vom Recht auf freie Meinungsäußerung Gebrauch gemacht.⁶³ So wird der Offene Kanal als Instrument bzw. konkrete Anwendung des Artikels 5 des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland definiert. Die Mitglieder des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) hielten unter mehrmaliger Erwähnung in den Buckower Perspektiven 2004 die demokratische Funktion von Offenen Kanälen wie folgt fest:

daß er nur deshalb senden darf, weil und so lange der andere auch senden darf. Verliert der andere dieses Recht, betrifft es auch ihn. Er nimmt ein demokratisches Grundrecht für sich in Anspruch und kann es für sich selbst nur dann bewahren, wenn er die Grenzen dieses Grundrechts beachtet. Durch seine Aktivitäten im Offenen Kanal wird er Teil einer Gesellschaft, die von der Gleichheit und Freiheit aller Bürger ausgeht. [...] Im Offenen Kanal Berlin werden demokratische Grundwerte durch eigenes Handeln für die Programmacher – und zwar unabhängig davon, ob nicht-deutsch oder deutsch – praktisch erlebbar. Dieses Erleben eint: Du bist ich. LINKE, Jürgen: Du bist ich – Integrationsmodell Offener Kanal Berlin. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.25-26.

62 RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

63 Vgl.: LINKE, Jürgen: Du bist ich – Integrationsmodell Offener Kanal Berlin. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.27. Vgl. dazu auch: Vgl.: LAUFF, Werner: Offene Kanäle – Ein Zukunftsmodell. Rede anlässlich der „Tagung Bürgermedien“ der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und des Landesverbandes Offener Kanäle Sachsen-Anhalt e.V. Magdeburg, 2007. Online im WWW unter URL: <http://lauff.org/r190207.html> [Format: PDF; Stand: 4.7.2008].

„Offene Kanäle sind gelebte Demokratie [...] Offene Kanäle sind als Modelle demokratischer Partizipation in Europa nachgefragt. Sie sind Inseln für individuelle Orientierungen im Meer der konfektionierten Medienwelt. [...] Offene Kanäle sind als Orte der Toleranz und des Dialogs unverzichtbar für die demokratische Kommunikationskultur.“⁶⁴

Auch der Bürgermedienexperte Ulrich Kamp akzentuiert die besondere Bedeutung von Offenen Kanälen für demokratische Gesellschaften.

„Offene Kanäle sind im eigentlichen Sinne weder Rundfunk noch Massenkommunikation, sondern ein Stück demokratischer Kultur. Demokratie setzt Kommunikation voraus, und als kommunikative Instrumente bieten die Offenen Kanäle eine Chance für die Weiterentwicklung von Demokratie.“⁶⁵

Eine zusätzliche Leistung, die von Offenen Kanälen nicht gezielt, sondern sozusagen als „Selbstläufereffekt“, der durch das bloße Existenz Offener Kanäle entsteht, ist die **politische Bildung**. Diese wird im Offenen Kanal nicht nur theoretisch abgehandelt, sondern in der täglichen Arbeit praktisch er- und gelebt. Dadurch lernen die ProduzentInnen im Offenen Kanal demokratische Spielregeln zu akzeptieren, das Recht auf Meinungsfreiheit wahrzunehmen, den Standpunkt anderer zu tolerieren, die eigene Überzeugung zu artikulieren und aktiv am gesellschaftlichen Willensbildungsprozess teilzunehmen.⁶⁶

Demgegenüber kritisiert der Universitätsprofessor Bernd Schorb, dass der Begriff der politischen Bildung, der einst für Offenen Kanäle grundlegend war, nun verschwunden sei. Ob dies der Fall ist, sei dahingestellt. Fest steht, dass in den letzten Jahren, der Funktionsauftrag Offener Kanäle neu diskutiert und intensiv nach Wege aus der „Legitimationskrise“ gesucht wurde.⁶⁷ So wurde nicht nur aufgrund der Erfahrungen aus der Praxis, sondern vor allem durch die rasante Entwicklung und Expansion elektronischer Medien, die Funktion und Rolle der Bürgermedien in der heutigen Mediengesellschaft von diversen ExpertenInnen neu überdacht. So bemerkte der

64 BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): Buckower Perspektiven – Offene Kanäle gestalten Zukunft. Buckow, 2004. Online im WWW unter URL: <http://www.bok.de/doku/buckow04.pdf> [Format: PDF; Stand: 30.6.2008].

65 KAMP, Ulrich: Offene Kanäle in Deutschland. Online im WWW unter URL: <http://www.bok.de/doku/offene-kanale-dt.pdf> [Format: PDF; Stand: 30.6.2008].

66 Vgl.: KAMP, Ulrich: Vom Stand der Dinge. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.19-24.

67 Vgl.: DAUMANN, Hans-Uwe: Neues Leitbild für Offene Kanäle gesucht. IN: CONNEX. Infomagazin für Bürgermedien. 07.04.2003. Online im WWW unter URL: <http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2undm=7undum=41undid=361> [Format: PDF; Stand: 30.6.2008]. Vgl. dazu auch: PAUKENS, Hans: Partizipation im Zeitalter der Globalisierung. Rede anlässlich der Veranstaltung „Quo Vadis Bürgermedien“, Frankfurt/Main, 2003. Online im WWW unter URL: <http://bok.de/doku/paukens03quovadis.pdf> [Format: PDF; Stand: 4.7.2008].

Universitätsprofessor Otfried Jarren in seiner empirischen Studie zur Nutzung und Bewertung des Offenen Kanals Hamburg, einen „**schleichenden Funktionswechsel**“. Während der Offene Kanal früher noch sehr allgemeine Funktionen verfolgte (Qualifizierung der lokalen Kommunikation, Soziale Qualifizierung von Bürgern, Kommunikative Qualifizierung der Rezipienten) so sind Aspekte wie die Produzenten- und Rezipientenorientierung laut Jarren gleichrangige Ziele geworden. Die NutzerInnen des Offenen Kanals sind demnach nicht nur am Produktionsprozess interessiert, sondern auch am „rezipiert-werden“. Sie wollen ein bestimmtes (Zielgruppen-)Publikum erreichen, dabei orientieren sie sich zunehmend an kulturellen und unterhaltenden Themen.⁶⁸

Hans Paukens, Leiter der Deutschen Hörfunkakademie, spricht im Rahmen einer, von der BOK 2003 organisierten Veranstaltung mit dem Titel „Quo Vadis Bürgermedien?“ sogar von einem Paradigmenwechsel. Er fordert sowohl eine Neuausrichtung, als auch einen neuen Funktionsauftrag für Bürgermedien. Das Ziel der NutzerInnen sollte die Stiftung von Kommunikation sein und Offene Kanäle müssten allgemein zu öffentlichen Plätze werden.⁶⁹ In seiner Rede führt er ferner folgendes an:

„War bis vor einiger Zeit das Ziel der Bürgermedien, Ende der siebziger Jahre formuliert von der oben schon zitierten Expertengruppe Offener Kanal, Teilhabe von bislang unterrepräsentierten Personen am öffentlichen Leben zu ermöglichen und kommunikative Kompetenz zu erwerben, so lautet heute vielfach die Zieldefinition: Vermittlung von Medienkompetenz.“⁷⁰

In diesem Zusammenhang unterstreicht der Medienexperte und Publizist Werner Lauff, dass Offene Kanäle schon seit jeher einen Beitrag zum Erwerb von Medienkompetenz geleistet haben.⁷¹ Auch die Vorsitzende des Bundesverbandes Offener Kanäle Bettina Wiengarn spricht in ihrem Vortrag „Bürgerbeteiligung in den Medien“ eine wesentliche medienpädagogische Funktion Offener Kanäle an; nämlich die

68 Vgl. JARREN, Otfried / GROTHE, Thorsten / MÜLLER, Roy: Bürgermedium Offener Kanal: der Offene Kanal Hamburg aus der Sicht von Nutzern und Experten. Eine empirische Studie zu Nutzung und Bewertung des Offenen Kanals. Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM), Band 8. Berlin: Vistas, 1994. S.125.

69 Vgl.: DAUMANN, Hans-Uwe: Neues Leitbild für Offene Kanäle gesucht. IN: CONNEX. Infomagazin für Bürgermedien. 07.04.2003. Online im WWW unter URL: <http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2undm=7undum=41undid=361> [Format: PDF; Stand: 30.6.2008].

70 PAUKENS, Hans: Partizipation im Zeitalter der Globalisierung. Rede anlässlich der Veranstaltung „Quo Vadis Bürgermedien“, Frankfurt/Main, 2003. Online im WWW unter URL: <http://bok.de/doku/paukens03quovadis.pdf> [Format: PDF; Stand: 4.7.2008].

71 Vgl.: LAUFF, Werner: Offene Kanäle – Ein Zukunftsmodell. Rede anlässlich der „Tagung Bürgermedien“ der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und des Landesverbandes Offener Kanäle Sachsen-Anhalt e.V. Magdeburg, 2007. Online im WWW unter URL: <http://lauff.org/r190207.html> [Format: PDF; Stand: 4.7.2008].

Entzauberung und Enttarnung, sowie die kritische Rezeption des Mediums Fernsehen.

„Menschen lernen, wie Rundfunk gemacht wird und welche Manipulationsmöglichkeiten bei der Aufzeichnung, beim Schnitt, bei der Nachvertonung bestehen. Menschen, die auch nur eine Fernsehsendung selbst produziert haben, werden künftig Fernsehprogramme mit anderen Augen sehen [...] Das selber Fernsehen-machen trägt also dazu bei, die politische Urteilskraft- und Urteilsbereitschaft zu wecken und zu stärken.“⁷²

Neben dem Aspekt der Vermittlung von Sach-, Rezeptions- und Partizipationskompetenzen und des lokalen Programm- und Informationsangebotes, wurde zusehends die **kulturelle Bedeutung** Offener Kanäle erkannt. So sieht die Autorin Susanne Hiegemann Bürgermedien als wichtige kulturelle Institutionen.

„In ihrer Funktion sind Offene Kanäle weniger als 'lokal-politisches Gegen-Medium' zu begreifen, sondern vielmehr als kulturelle Einrichtung und neue Kommunikationsform. Diese neue Funktionsbestimmung ist nicht nur nötig, um auch zukünftig eine Legitimation für Offene Kanäle zu haben, sondern ist vor allem deshalb notwendig, weil die Nutzer der Offenen Kanäle diese de facto als solche ansehen.“⁷³

Auch Otfried Jarren et al. sehen in den Bürgermedien heute weniger den politischen oder medienpädagogischen Ansatz, für die sie ursprünglich gedacht wurden, sondern sie begreifen diese bestenfalls als kulturelle Medien, an denen, laut ihrer empirischen Untersuchung am Beispiel des Offenen Kanals Hamburg, junge und überwiegend männliche Ober- und Mittelschichtangehörige für eine gewisse Zeit Interesse zeigen. Des Weiteren stellen sie kritisch fest, dass die Grundsätze von damals, aus heutiger Sicht, nur als idealistische Vorstellungen moniert werden können und dass eine Loslösung von den ursprünglichen Prinzipien notwendig sei, um wichtige Veränderungsprozesse einzuleiten.⁷⁴

Wie in diesem Abschnitt aufgezeigt wurde, gibt es nicht nur ein bestimmtes Ziel bzw. eine primäre Aufgabe die Bürgermedien im Allgemeinen übernehmen sollen. Resümierend betrachtet, kann der Offene Kanal somit unter anderem als kulturelles

72 WIENGARN, Bettina: Bürgerbeteiligung in den Medien. Rede anlässlich der Preisverleihung zu „Bürgermedien und Internet“. 2002. S.9. Online im WWW unter URL: http://www.bok.de/doku/vortrag_wiengarn.pdf [Format: PDF; Stand: 8.7.2008].

73 HIEGEMANN, Susanne: Kabel- und Satellitenfernsehen. Die Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland unter ökonomischen, politischen und inhaltlichen Aspekten. 1988. IN: TIERSCH, Stephan: Bürgerfernsehen. Eine Untersuchung der Offenen Kanäle in Rheinland-Pfalz unter besonderer Berücksichtigung ihres Verhältnisses zur politischen Kultur. Dissertation, Univ. Trier, 2003. S.131.

74 Vgl.: JARREN, Otfried / GROTHE, Thorsten / MÜLLER, Roy: Bürgermedium Offener Kanal: der Offene Kanal Hamburg aus der Sicht von Nutzern und Experten. Eine empirische Studie zu Nutzung und Bewertung des Offenen Kanals. Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM), Band 8. Berlin: Vistas, 1994. S.109-127.

Gut, als demokratiepolitische Initiative, als Garant für Meinungsfreiheit, als Instrument sozialer Integration, als Mittel zur Förderung persönlicher und sozialer Kompetenzen, oder als Ort der politischen und medienpädagogischen Bildungsarbeit gesehen werden. Ihre Ziele und Funktionen sind vielschichtig, ortsgebunden,⁷⁵ stets zu hinterfragen und eventuell neu zu formulieren. Nach Werner Lauff braucht es, um den immer noch häufig unter Legitimationsdruck befindlichen Offenen Kanal zu sichern, zeitgemäße Funktions- und Zielsetzungen, damit uns diese wichtigen Institutionen auch in Zukunft erhalten bleiben.⁷⁶ So bringt er, in gewohnt pointierter Weise, den viel diskutierten Funktionswandel folgendermaßen zum Ausdruck:

„[...] Im Zeitalter des IP-Protokolls und der Digitalisierung sowie der damit einhergehenden zunehmenden Individualisierung von Fernsehen unterliegen Offene Kanäle einem deutlichen Funktionswandel. Dieser Funktionswandel schlägt sich in veränderten Aufgaben und der Notwendigkeit einer veränderten Aufgabenwahrnehmung nieder. Nur wenn Sie ehrlich die veränderten Bedingungen beim Namen nennen und daraus dann auch offensiv Maßnahmen ableiten, behalten Offene Kanäle ihre Legitimation. Nur dann sind sie ein Zukunftsmodell.“⁷⁷

Nachfolgend sollen nochmals die wichtigsten Funktionen und Ziele von Bürgermedien tabellarisch zusammengefasst werden. (Siehe Tabelle 3: Funktionen und Ziele von Bürgermedien auf der nachfolgenden Seite).

75 Es sei hiermit darauf hingewiesen, dass die vielfältigen Funktionen Offener Kanäle, welche im oben angeführten Kapitel nur angeschnitten werden konnten, in Kapitel 8.1 und 9.3 nochmals wiederholt, vertieft und auf den Kontext in Südtirol bzw. die dort vorherrschenden Bedingungen umgemünzt werden sollen.

76 Vgl.: LAUFF, Werner: Offene Kanäle – Ein Zukunftsmodell. Rede anlässlich der „Tagung Bürgermedien“ der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und des Landesverbandes Offener Kanäle Sachsen-Anhalt e.V. Magdeburg, 2007. Online im WWW unter URL: <http://lauff.org/r190207.html> [Format: PDF; Stand: 4.7.2008].

77 Ebenda.

Instrumente zur Verwirklichung von Meinungsäußerungs- und Rundfunkfreiheit. Sicherung des freien und gleichberechtigten Zugangs zu Radio und Fernsehen. Erlernung/Einübung demokratischer Spielregeln.	DEMOKRATISCHE FUNKTION	Möglichkeit zur Steigerung des Medienpluralismus und der Meinungsvielfalt. Instrumente lokaler Demokratie. Bürgermedien als Orte gelebter Demokratie, der Toleranz und des gemeinsamen Dialogs.
Soziale Qualifizierung von BürgerInnen bzw. Erlernen von Sozialtechniken durch Erfahrungen im Offenen Kanal. Förderung der öffentlichen Diskussion im lokalen Bereich. Förderung des interkulturellen Dialogs. Fördern die Herausbildung lokaler und kultureller Identitäten. Abbau von Stereotypen und Vorurteilen.	GESELLSCHAFTL. & SOZIALER MEHRWERT	Verbesserung der Kommunikation und Interaktion zwischen verschiedenen Gruppen. Befähigung im Team zu arbeiten. Förderung der öffentlichen Bildung. Befähigen Menschen aller Altersgruppen und gesellschaftlichen Schichten zur Auseinandersetzung mit der Umwelt und zur Einflussnahme auf den gesellschaftlichen Diskurs.
Verbesserung sozialer und kommunikativer Fähigkeiten („ <i>social skills</i> “). Stärkung der eigenen Persönlichkeit (Selbstbewusstsein, Selbstwertgefühl...) Erlernen wichtiger Kompetenzen durch selbstständiges und eigenverantwortliches Erarbeiten von Beiträgen. Förderung von Selbst- und Gruppenerfahrungen. Bildung von Kontakten, Netzwerken, Freundschaften.	PERSÖNLICHER MEHRWERT	Förderung kreativer Fähigkeiten. Verbesserung der Kritikfähigkeit. Bieten die Möglichkeit, den eigenen Standort in der Gesellschaft öffentlich, kommunikativ und medial zu bestimmen, rollenteilig und mit Nahraum-feedback an der öffentlichen Kommunikation zu partizipieren, sich öffentlich zu erproben, „einzubringen“, sich zu engagieren und einzumischen
Vermittlung von Sachkompetenz (das Wissen über Medien und ihre Wirkungsweise zu vermitteln) Rezeptionskompetenz (die Fähigkeit fördern, die vorhandenen Medien kritisch zu nutzen) und Partizipationskompetenz (die Möglichkeit schaffen, Medien selbstbestimmt zu gestalten).	MEDIENPÄD. FUNKTION	Bietet Kooperationen und Netzwerke mit lokalen oder regionalen Bildungsinstitutionen.
Wirksames Mittel zur kulturellen und sprachlichen Vielfalt.	KULTURELLE F.	Wirkt als Katalysator für die Kreativität auf lokaler Ebene, indem es als öffentliche Plattform für KünstlerInnen und kreativen Unternehmern dient.
Instrumente zur politischen Bildung. Förderung der (lokalen) politischen Kultur.	POLITISCHE F.	Motivieren durch aktive Ansprache der BürgerInnen zur Beteiligung am politischen Willensbildungsprozess. Förderung staatsbürgerlicher Gesinnung (besonders bei Jugendlichen).
Instrumente sozialer Integration. Sind soziokulturelle Zentren, Orte der Begegnung und des sozialen Handelns.	INTEGRATIONSF.	Geben neue Impulse für das soziale Zusammenleben und tragen zur gegenseitigen Verständigung bei.
Anregung zur Partizipation am gesellschaftlichen Diskurs im Allgemeinen und Förderung der kommunikativen Chancengleichheit für benachteiligte Personen und marginalisierte Gruppen im Besonderen. Diskussion vernachlässigter Themen.	ARTIKULATIONS- UND PARTIZIPATIONSF.	
Bietet Aus- und Fortbildungsprogramme im Rundfunkbereich. Möglichkeit Medienberufe kennenzulernen und zu erproben.	BERUFSBILDENDE FUNKTION	Kann als Sprungbrett, als Experimentier- und Trainingsfeld für zukünftige Medienprofis fungieren.
	UNTERHALTUNGS UND INFORMATIONSF.	
Vor dem Hintergrund des Rückzugs oder der Nichtexistenz von öffentlichen und kommerziellen Medien in bestimmten – vor allem abgelegenen – Gebieten,	(LOKAL-) PUBLIZISTISCHE KOMPLEMENTÄRFUNKTION	sowie der Tendenz der kommerziellen Medien, immer weniger lokale Inhalte anzubieten, bieten Bürgermedien oft die einzige Quelle für lokale Nachrichten und Informationen. (Subsidiaritätsprinzip)
Bürgermedien als Korrelat und Korrektiv zum Privatfernsehen. Alternative zu herkömmlichen Programmen privat-kommerzieller oder öffentlich-rechtlicher Sender.	SONSTIGES FUNKTIONEN	Können die Entwicklung neuer Programmformen herbeiführen.

2.6 Organisation und Finanzierung

Nachdem bereits ausführlich über die Merkmale, Funktionen und Zielsetzungen Offener Kanäle gesprochen wurde, soll nun das Augenmerk auf den Aufbau und die Finanzierung Offener Kanäle gerichtet werden. Dabei sollen hier lediglich die wichtigsten Organisationsformen genannt werden.

In Deutschland sind Bürgermedien in folgenden Organisationsformen strukturiert:

- **als eingetragener Verein,**
- **als gemeinnützige GmbH,**
- **als eigenständige Körperschaft des öffentlichen Rechts,**
- **oder in der Trägerschaft einer Landesmedienanstalt.⁷⁸**

Die Organisationsform und Trägerschaft Offener Kanäle ist in Deutschland von den gesetzlichen Bestimmungen im jeweiligen Bundesland abhängig. Die Offenen Kanäle in Berlin (einer), Bremen, Hessen (vier), Mecklenburg-Vorpommern (zwei), Sachsen und Thüringen (zwei) sind in Trägerschaft der zuständigen Landesmedienanstalt. Die insgesamt 14 Landesmedienanstalten in Deutschland sind für die Zulassung, Kontrolle, Unterstützung und Weiterentwicklung u.a. der Bürgermedien zuständig.⁷⁹ Alle Kosten der „**anstaltseigenen Offenen Kanäle**“ werden von den zuständigen Aufsichtsbehörden getragen. Diese betrugen 2006 für die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) laut Wirtschaftsplan beispielsweise 1.249.000 Euro und für die Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ) 1.074.900 Euro.⁸⁰

Für dieses Organisationsmodell spricht die hohe finanzielle Sicherheit, welche durch die Trägerschaft öffentlich-rechtlicher Landesmedienanstalten gesichert ist. Dennoch bemängelt Ulrich Kamp, dass „[...] die Anstalt da, wo Verfahrensspielräume bestehen, die Höhe und den Umfang des finanziellen Engagements ‘nach Maßgabe ihres Haushaltes’ fest[legt]. Dies kann mehr oder minder relevante Entscheidungen, wie zum Beispiel Öffnungs- und Sendezeiten oder personelle Besetzung der technischen Dienste des Offenen Kanals, betreffen.“⁸¹ Der Geschäftsführer des Bundesverbandes

78 Vgl.: ARBEITSGEMEINSCHAFT DER LANDESMEDIENANSTALT IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hrsg.): Jahrbuch 2007. Berlin: Vistas, 2008. S.310-313. Online im WWW unter URL: http://www.alm.de/fileadmin/Download/ALM_Jahrbuch_2007_Druckversion.pdf [Format: PDF; Stand: 4.4.2008].

79 Vgl. Ebenda.

80 Vgl.: Ebenda., S.373 ; S. 401.

81 KAMP, Ulrich: Vom Stand der Dinge. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.10.

Offener Kanäle Jürgen Linke bewertet die finanzielle Absicherung dieser Organisationsform als sehr positiv, doch er kritisiert zugleich den hohen bürokratischen Anteil. So erklärt er, dass „die existenzielle Absicherung [...] größer als in anderen Modellen [ist] , aber sie [die Offenen Kanäle in Trägerschaft der Landesmedienanstalten, *Anm. d. Verf.*] sind auch etwas bürokratischer.“⁸²

In den Offenen Kanäle in Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt gibt es **Mischformen** in der Organisation. Die dort situierten Offenen Kanäle werden zwar durch Zuschüsse der jeweiligen Landesmedienanstalt in Form von finanzieller-, personeller- und materieller Unterstützung, sowie Aus- und Fortbildungsangebote gefördert, dennoch müssen sich diese auch durch eigene Fördermittel der Trägervereine teilweise selbst finanzieren.⁸³

Eine bundesweit einmalige Organisationsform entstand durch den Zusammenschluss der Landesmedienanstalten Hamburg und Schleswig-Holstein. Seit 2006 werden die dortigen Offenen Kanäle von einer **eigenständigen Körperschaft öffentlichen Rechts** getragen. Die Finanzierung der Anstalt erfolgt aus den Rundfunkgebühren. Die Höhe dieses Beitrags werden durch eingetragene gesetzliche Bestimmungen festgelegt.⁸⁴ Nach Linke kann sich diese Organisationsform positiv entwickeln, jedoch nur „wenn in den entsprechenden Gesetzen geregelt ist, wieviel Geld die Offenen Kanäle bekommen. Erst dadurch werden sie finanziell unabhängig. Das muss im Gesetz stehen, sonst entsteht jedes Jahr wieder die neue Abhängigkeit, wenn man neue Gelder beantragt.“⁸⁵ Besonders umstritten ist der privatwirtschaftlich organisierte Bürger- und Ausbildungskanal (BAK) „Tide TV“, welcher im Jahre 2003 den Offenen Kanal Hamburg ersetzte. Der Sender wurde in der Trägerschaft der neuen, halb-privaten „Hamburg Media School“ (HMS) gegeben. Tide TV ist zwar immer noch offen zugänglich für BürgerInnen, aber Laien, die noch nie zuvor eine Sendung hergestellt haben, müssen sich zunächst in einem Testprogramm namens „Elbe-Seiten-Kanal“

82 LINKE, Jürgen: Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

83 Vgl.: ARBEITSGEMEINSCHAFT DER LANDESMEDIENANSTALT IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hrsg.): Jahrbuch 2007. Berlin: Vistas, 2008. S.310-313. Online im WWW unter URL: http://www.alm.de/fileadmin/Download/ALM_Jahrbuch_2007_Druckversion.pdf [Format: PDF; Stand: 4.4.2008].

84 Vgl.: Gesetz über die Errichtung einer Anstalt öffentlichen Rechts „Offener Kanal Schleswig-Holstein“. Zweiter Abschnitt, § 9 Finanzierung. 2006. Online im WWW unter URL: http://sh.juris.de/sh/OffKanalG_SH_2006_P9.htm [Format: PDF; Stand: 13.7.2008].

85 LINKE, Jürgen: Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

bewähren.⁸⁶ Besonders die SPD-Hamburg kritisierte diese Fehlentwicklungen, die durch das neue Hamburger Landesmediengesetz eingeleiteten wurden: „Mit der Schließung des Offenen Kanals [...] als einer unabhängigen Programmplattform für alle Bürger hat der Senat den ersten Fall staatlicher Sanktion gegen ein öffentliches Rundfunkangebot geschaffen.“⁸⁷ Der Ausbildungskanal Tide TV kann, nach Meinung der SPD, den Offenen Kanal nicht ersetzen. Zusätzliche Ablehnung gab es auf Grund der Tatsache, dass sowohl Tide TV als auch teilweise die Hamburg Media School aus Rundfunkgebühren finanziert werden. „Mit dieser Entscheidung wurden der HAM [Hamburgischen Anstalt für neue Medien; *Anm. d. Verf.*] notwendige Mittel für Forschung genommen“⁸⁸ – so die Hamburger SPD. Unzufriedenheit besteht schließlich darüber, dass durch das neue Mediengesetz das Recht auf Ausstrahlung in eigener Sendeverantwortung, ein zentrales Charakteristikum Offener Kanäle, entzogen wurde und dass keine Kontrolle über die Programme mehr herrscht. Diesbezüglich moniert der ehemalige Leiter des Offenen Kanals in Hamburg, Leonhard Hansen: „Unter dem Stichwort der Liberalisierung und Deregulierung wird im Prinzip die Aufsicht über das Programm in die Hand der Veranstalter selbst gelegt.“⁸⁹ Inwieweit die Träger des Senders die inhaltlichen, wie formalen Freiheiten der ProduzentInnen beschneiden und wie sehr sie Einfluss auf die Programmstruktur (zum Zwecke eines ansprechenden, zielgruppenorientierten Programms) nehmen, sei dahingestellt. Das Hamburger Beispiel jedoch zeigt einerseits, wie schnell man sich vom ursprünglichen Grundgedanken Offener Kanäle wegbewegen kann und andererseits, dass auch Bürgermedien nicht immun gegen neoliberale Entwicklungen sind.

Eine weit aus weniger kontroverse und umso verbreitetere Organisationsform ist schließlich die Trägerschaft Dritter. Die meist eingetragenen, gemeinnützigen **Vereine** oder **GmbH's** haben den Zweck den Offenen Kanal zu unterstützen, kontrollieren, ihre Interessen zu vertreten und die Öffentlichkeit über die verschiedenen Partizipationsmöglichkeiten zu informieren. Der ehemalige Mitarbeiter des freien Radio Wiens und Mitautor der Machbarkeitstudie zum Communitysender „OKTO“ Alf

86 Vgl.: LANGENBACH, Jens: Tide als Vorreiter in Produktion und Technik. IN: CONNEX. Info-magazin für Bürgermedien. 22.02.2005. Online im WWW unter URL: <http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2&m=2&um=40&id=908> [Format: HTML; Stand: 14.07.2008].

87 SPD-Landesorganisation Hamburg: Positionspapier zum Standort der Medienwirtschaft. Medien in Hamburg. 2005. Online im WWW unter URL: http://www.hamburg-haushalt.de/site/downloads/_32_Position_Medienstandort.pdf [Format: PDF; Stand: 14.7.2008].

88 Ebenda.

89 HANSEN, Leonhard. Interview bezüglich der Abschaffung des Offenen Kanals in Hamburg. IN: YOUTUBE: Quo Vadis Offener Kanal? Oder die Zukunft des Bürgerfernsehens in Hamburg. Hamburg, 2003. Online im WWW unter URL: <http://www.youtube.com/watch?v=0-myEM2JysA> [Format: VIDEO; Stand: 14.7.2008].

Altendorf, empfiehlt in obengenannter Studie „wegen Einfachheit und wegen kostengünstiger Gründung/Betrieb [...] die Form eines Vereins“⁹⁰. Als Rahmenempfehlung schlägt das Expertenteam der Studie eine Doppelkonstruktion mit einer „Trägerorganisation“ und einer „Betriebsorganisation“ vor:

„Die Trägerorganisation - eine einfache, leicht zu administrierende Einheit, die besonders für die generelle Finanzierung zuständig ist – ist auch der Eigentümer der Infrastruktur, um diese vor haftungsrechtlichen Komplikationen in der Betriebsstruktur zu schützen. [...] Die Betriebsorganisation befindet sich im Eigentum der Trägerorganisation, sie sollte als Kapitalgesellschaft mit beschränkter Haftung organisiert sein. Hiermit ist die Infrastruktur geschützt. Die Betriebsorganisation ist Halter des Vertrags mit der Kabelgesellschaft und führt den Betrieb des Senders durch.“⁹¹

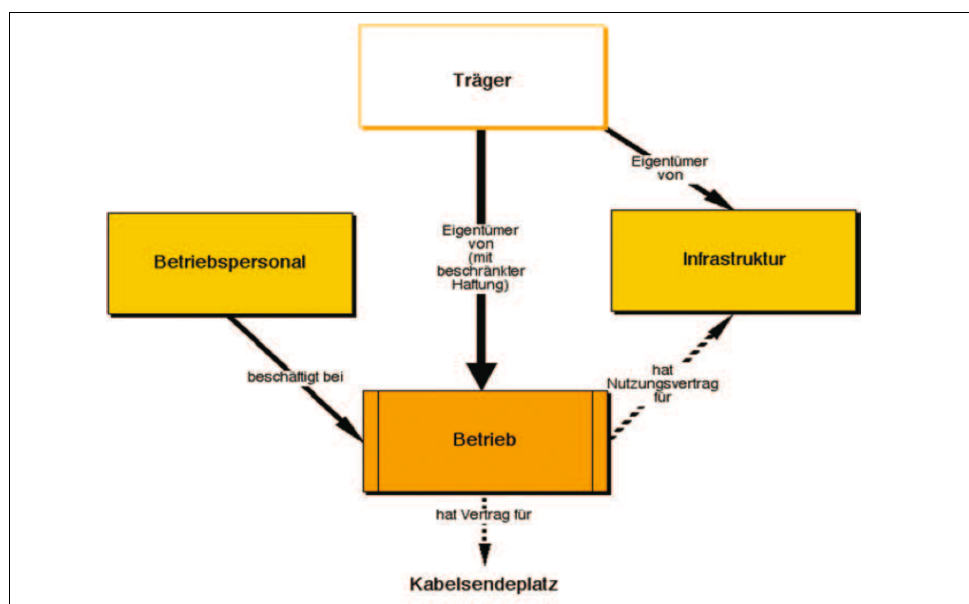


Abbildung 1: Schematische Darstellung der empfohlenen Organisationsstruktur für den Communitysender „OKTO“ in Wien.

Demgegenüber sieht Thomas Thurner, der dem Expertenteam der Machbarkeitsstudie beratend zur Seite stand, dem Zusammenschluss in einem Verein eher skeptisch. So stellt er kritisch fest: „Der Verein ist eine sehr starre Organisationsform, um das gewünschte Ziel der effektiven Mitbestimmung zu erreichen. Vereine funktionieren zumeist nach alt hergebrachten Regeln [...] die nicht immer jedermanns Sache sind. Vereine sind also für viele eher eine Abschreckung, den [sic!] eine Einladung.“⁹²

90 ALTENDORF, Alf: Organisationsformen und Trägerschaft. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.98.

91 Ebenda., S.95.

92 Ebenda., S.96.

Im Experteninterview bewertet Linke die vereinsgetragene Trägerschaft grundsätzlich positiv, dennoch ist die öffentliche Unterstützung meist geringer. Zudem müssen solche Kanäle Teile ihrer Finanzierung selbst lukrieren. Seine lapidare Bilanz lautet: „Also der Vor- und Nachteil dieser Trägerschaft ist schlechtere Finanzierung, aber eine vielleicht etwas größere Unabhängigkeit.“⁹³

Zu erwähnen sei hier noch, dass es innerhalb der Vereinsstrukturen grundlegende Unterschiede gibt, vor allem im Hinblick auf ihre Zugangsoffenheit. So existieren Vereine, bei dem jeder Mitglied werden kann und andere die in sich geschlossen sind, wie beispielsweise in Trier, Schifferstadt oder Koblenz. Im Offenen Kanal Schifferstadt und Speyer bestehen die Vereine aus jeweils gleich vielen gesellschaftlichen Gruppen und lokalen politischen Parteien. Doch im Unterschied zu Speyer, wo Jeder dem Verein beitreten darf, bleibt der Zugang in Schifferstadt für neue Interessenten verwehrt. In Koblenz gibt es eine zweistufige Mitgliedschaft, eine für weniger aktive Teilnehmer und eine für stärker engagierte Mitglieder. Diese Regelungen wurden zum Teil heftig kritisiert, da ihnen mangelnde Transparenz, Willkür und Chancenungleichheit vorgeworfen wurde.⁹⁴ In Rheinland-Pfalz entschied man sich für die Möglichkeit einen Beirat einzusetzen, „[...] der ein Vorschlags- und Beratungsrecht, aber kein Stimmrecht besitzt. Der Beirat sollte demnach aus Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens bestehen – analog zum Rundfunkrat bei öffentlich-rechtlichen Sendern.“⁹⁵

Wie auch immer die jeweiligen Organisationsformen nun geregelt sind, essentiell ist, dass sie ihre Grundprinzipien, so u.a. der chancengleiche Zugang, stets gewährleisten. Des Weiteren sollten sie – ganz allgemein gesprochen – kostengünstig in Gründung und Betrieb, leistungsfähig (mit geringstmöglichen personellen Aufwand, schnellstmöglicher Entscheidungsfindung und minimalem Kontrollaufwand), transparent und unabhängig sein. Schließlich sollte der Sender schlanke Strukturen und flache Hierarchien aufweisen, sowie mit der Möglichkeit zur demokratischen Mitbestimmung und mit hoher betrieblicher Sicherheit (bezüglich Finanz, medienrechtlicher Haftung und Sendeverträgen) ausgestattet sein.⁹⁶

93 LINKE, Jürgen: Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

94 Vgl.: TIERSCH, Stephan: Bürgerfernsehen. Eine Untersuchung der Offenen Kanäle in Rheinland-Pfalz unter besonderer Berücksichtigung ihres Verhältnisses zur politischen Kultur. Dissertation, Universität Trier, 2003. S.198f.

95 Ebenda., S.198.

96 Vgl.: ALTENDORF, Alf: Organisationsformen und Trägerschaft. IN: SCHÜTZ, Johannes(Hrsg.) /

2.7 Personal- und Programmstruktur

In der Folge soll nun das „Innenleben“ Offener Kanäle näher betrachtet werden. Dabei soll bezüglich der Personalstruktur besonders auf die Rolle des so genannten „Kommunikationshelfers“ eingegangen werden. In Bezug auf die (meist sehr heterogene) Programmstruktur soll schließlich das Spannungsverhältnis zwischen dem Ordnungsprinzip des gleichberechtigten Zuganges („Prinzip der Schlange“) und einem geregelten Programmschema thematisiert werden.

Die **Personalstruktur** im Offenen Kanal ist zwar nicht so umfangreich wie in herkömmlichen Fernsehstationen, da die Produktion von freiwilligen NutzerInnen übernommen wird und nicht von professionellen JournalistInnen, Kameramänner oder CutterInnen. Dennoch ist genügend Personal in der Verwaltung, in der Technik, sowie in der Beratung und Schulung von OK-NutzerInnen vonnöten, um einen funktionierenden Bürgerkanal zu etablieren. Altendorf schlägt in der Machbarkeitsstudie zum Wiener Community Sender „OKTO“ ein Kernteam von ca. **10 Festangestellten** in den Bereichen Administration, (geschäftliche, technische und programmliche) Koordination, Beratung und Technik vor.⁹⁷

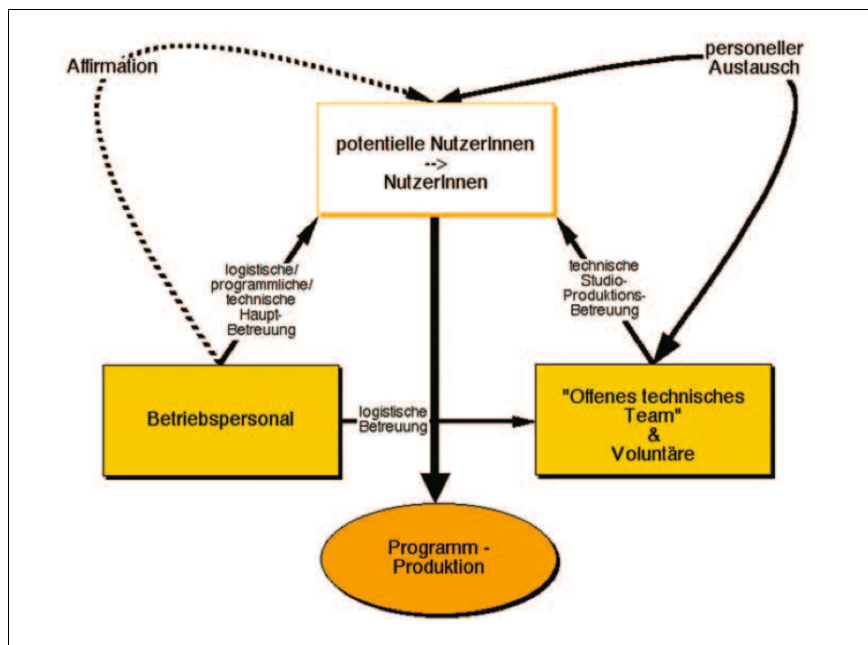


Abbildung 2: Schematische Darstellung der empfohlenen Personalstruktur für den Communitysender „OKTO“ in Wien.

ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.95.

97 Vgl.: Ebenda. S.99f.

Im Umfeld dieses Teams sollen Volontäre und ein „**Offenes Produktionsteam**“ aus 20-30 Personen, die technische Produktionsbetreuung übernehmen. Dieses Team „befindet sich im ständigen Austausch nach innen und nach außen und verteilt das komplexe handwerkliche Know-How auf möglichst viele Teilnehmer und hält Kontakt zur professionellen Szene.“⁹⁸ Schließlich sollen neben den geringfügig angestellten Volontären und den Freien Dienstnehmern, auch externe Positionen zur Rechts- und Unternehmensberatung, Buchhaltung, sowie für das Marketing besetzt werden.⁹⁹

Die **Projektleitung** sollte durch ein hohes Maß an Unabhängigkeit, Vertrauen, Transparenz und Kompetenz gekennzeichnet sein, um den Erfolg des Offenen Kanals zu garantieren. Die EOK wies in den „Erläuterungen zu den Regeln für den Offenen Kanal“ bereits 1979 darauf hin, dass die Indipendenz des Betreibers und des ständig mitarbeitenden Teams durch institutionelle Absicherung gewährleistet sein sollte. Dabei wurde ein breites Spektrum an Modellen diskutiert, die von der „Ombudsmann-Lösung“ (Versuchsleiter ist eine „herausragende Persönlichkeit“ mit geringstmöglicher institutioneller Einbindung) bis zur „Vorstands-Lösung“ (Versuchsleiter ist Teil der Geschäftsleitung des Projektbetreibers) reichten. Die EOK machte zudem darauf aufmerksam, dass die Mitarbeiter des Offenen Kanals mehr über eine medien- und sozialpädagogische Qualifizierung, als über eine journalistische, medienrechtliche oder -technische Ausbildung disponieren sollten.¹⁰⁰

Die Anforderungen an das Team, besonders an dem so genannten „Kommunikationshelfer“ sind in den letzten 20 Jahren enorm gestiegen. So bedarf es nicht mehr nur an sozialer Kompetenz und an Erfahrung im Umgang mit audiovisuellen Medien. Heutzutage muss man ein fundiertes Wissen über die Produktion, Entwicklung und Distribution in der sich ständig verändernden digitalen Welt, sowohl im Fernseh- und Videobereich, als auch im Internetsektor, besitzen.

Der **Kommunikationsassistent**, also eine Vertrauens- und Ansprechperson, ein Medienpädagoge, Sozialarbeiter oder allgemein Trainer, sollte den OK-NutzerInnen beratend und unterstützend zur Seite stehen, ohne auf diese jedoch manipulierend einzuwirken. Die Arbeit des „Kommunikationshelfers“ umfasst die Aktivierung und Motivation von BürgerInnen zur Partizipation am Offenen Kanal. Besonders die

98 Ebenda., S.99.

99 Vgl.: Ebenda., S.100.

100Vgl.: EXPERTENGRUPPE OFFENER KANAL: Erläuterungen zu den Regeln für den Offenen Kanal. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.246.

„Sprachlosen“, Minderheiten ohne Medienerfahrung bzw. -zugang, Gruppen mit Artikulationsschwierigkeiten oder Personen, die sich die Produktion einer Sendung nicht zutrauen, sollten zum Rollenwechsel (vom Rezipienten zum Produzenten) animiert werden. Weitere wesentliche Aufgaben des „Kommunikationshelfers“ sind die Information über journalistische Methoden, die Beantwortung von filmspezifischen und dramaturgischen Fragen, die Mithilfe zur Umsetzung von Ideen der OK-ProduzentInnen, die Aufklärung über medienrechtliche Belange, sowie die praktische Einführung in die Fernsehtechnik (technische Bedienung der Kamera, des Tons und Lichtequipments, sowie des Schnittcomputers).¹⁰¹

Eine besondere Gefahr für den Kommunikationsassistenten besteht in der (un-)bewussten inhaltlichen Beeinflussung und Bewertung der Beiträge. Demnach darf der „Kommunikationshelfer“ nicht im Produktionsprozess der OK-NützerInnen eingreifen, Vergleiche mit professionellen Standards der etablierten Massenmedien anstellen oder etwa versuchen bestehende und bereits etablierte Sendungsformate zu kopieren.¹⁰²

Abschließend muss hier nochmals deutlich erwähnt werden, dass der Einsatz des Kommunikationsassistenten durch seine vielfältigen Aufgabenbereiche und durch seine fundamentale Rolle im Offenen Kanal, seit jeher von ExpertInnen unumstritten und für eine bestmögliche Umsetzung der Ziele des Offenen Kanals unerlässlich ist.

Sehr wohl umstritten dagegen, ist die Frage nach der „**Programmstruktur**“, also wie die einzelnen Sendungen und Beiträge im Offenen Kanal organisiert und in welcher Reihenfolge sie ausgestrahlt werden sollen. Die Strukturierung des Programms sollte ursprünglich ebenso offen sein, wie der Zugang zum Sender selbst. Im Offenen Kanal gibt es vielfältige Programmtypen und -formen (von reinen Beitragssendungen, über moderierte Studiodiskussionen, bis hin zu Live-Übertragungen), mit unterschiedlichen Zugangsarten (ständige OK-ProduzentInnen mit festen Sendeplätzen, sporadische OK-NützerInnen, abgeschlossene, einmalige oder extern produzierte Beiträge) und verschiedensten Inhalten. Demnach herrscht im Offenen Kanal meist kein homogenes und auf das Zielpublikum zugeschnittenes Programm, sondern vielmehr eine Aneinanderreihung, ein Puzzle oder wie der Leiter des Offenen Kanals Saarland Klaus Ludwig Helf zu sagen pflegt „ein Programm-Flicken-Teppich“¹⁰³ an unterschiedlichen

101 Vgl. Ebenda., S.247. Vgl. dazu auch: ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium: Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981. S.30-31.

102 Vgl. Ebenda.

103 HELF, Klaus Ludwig: Mit dem Bollerwagen auf dem Datenhighway. Medienkompetenz durch Offene Kanäle in der Informationsgesellschaft. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.103.

Sendungen.¹⁰⁴ Der ehemalige Mitarbeiter des Wiener Universitätsfernsehens „UTV“ Robert Stachel moniert diesbezüglich, dass durch das meist willkürlich zusammengestellte, „patchworkartige“ Programm im Offenen Kanal keine gemeinsame Senderidentität geschaffen werden kann.¹⁰⁵ Demgegenüber kann der Sozial- und Medienforscher Arthur Fischer, der in den 1980er Jahren Studien zur Akzeptanz von Bürgermedien durchführte, das Orientieren am „richtigen“ Fernsehen und den vermehrten Einsatz von festen Programmstrukturen verstehen, dennoch läuft dies der Grundidee Offener Kanäle zuwider.¹⁰⁶ Es verwundert also kaum, dass die Diskussionen über die Vor- und Nachteile des freien Zugangs und einem wie-auch-immer geregelten Programmschemas, seit der Einführung Offener Kanäle existiert.

Die EOK wies bereits 1979 in ihren „Regeln für den Offenen Kanal“ auf das „**Prinzip der Schlange**“ hin, also dass die Beiträge in der Reihenfolge des Eingangs auf die verfügbare Sendezeit aufgeteilt werden. Dabei soll seitens der Versuchsleitung auf besondere Anliegen der ProduzentInnen hinsichtlich der Zeiteinteilung, eingegangen werden, sofern die gewünschten Sendeplätze nicht schon von anderen NutzerInnen reserviert wurden.¹⁰⁷ Das Regulierungsprinzip des „first come, first served“ garantiert für viele ExpertInnen den diskriminierungsfreien Zugang am neutralsten und effizientesten. Es gewährleistet nach Rolli „ein Höchstmaß an Gerechtigkeit.“¹⁰⁸ Doch der Leitsatz „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“ stößt auch auf Ablehnung. So wird die Beliebigkeit der Themen, die teilweise massiven Unterschiede in der Qualität einzelner Sendungen und die mitunter langen Wartezeiten für OK-ProduzentInnen heftig kritisiert. Zudem beanstanden viele, dass zu wenig auf das Programmumfeld geachtet wird und die Gefahr, dass sich die Zuschauer in diesem programmlichen Labyrinth verlieren. Arthur Fischer wirft den OK-Produzenten und den Leitern Offener Kanäle sogar vor, sich „nicht genug Gedanken [zu machen], wie sie an diese Interessierten heran kommen können.“¹⁰⁹ Auch Werner Lauff bemängelt die fehlende

104 Vgl.: STACHEL, Robert: Senderidentität. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.80.

105 Vgl. Ebenda.

106 Vgl.: FISCHER, Arthur: Der Offene Kanal und ihre Zuschauer. IN: KAMP, Ulrich/ STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.125.

107 Vgl.: EXPERTENGRUPPE OFFENER KANAL: Regeln für den Offenen Kanal. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.240f.

108 ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981. S.34.

109 FISCHER, Arthur: Der Offene Kanal und ihre Zuschauer. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.125.

Rezipientenorientierung im Offenen Kanal. Nach ihm dürfen, sollen und müssen die MitarbeiterInnen des Offenen Kanals die verschiedenen Gruppen und EinzelnutzerInnen in ihrem Alltagsleben abholen und an den Offenen Kanal heranführen.¹¹⁰

Um diesem Problem entgegenzutreten ist es von größter Wichtigkeit eine möglichst breite Programm(vor)information für die Zuschauer im Sendegebiet anzubieten. So sollten die Zuschauer über die Programme des Offenen Kanals, über Vorschauen im eigenen Kanal, über Teletext und Internet, über Programmhefte und Ankündigungen in lokalen Printmedien, sowie durch Aushang in verschiedenen Lokalen bzw. Institutionen und schließlich durch persönlichen Kontakt, informiert werden.

Obwohl die Mehrheit der Offenen Kanäle an das „Prinzip der Schlange“ glaubt, ist dennoch eine Tendenz zur Auflockerung, weg vom starren Ordnungsprinzip, festzustellen. So konstatierte Lauff, dass „die Medienanstalten und teilweise auch die Gesetzgeber im Laufe der Zeit das Ursprungsprinzip der strikt neutralen, nahezu formalistischen Bereithaltung von Technik und Sendezeit gelockert haben.“¹¹¹ Eine Variation des „first come, first served“ Prinzips ist beispielsweise die **selbstkoordinierte Schlange**. Dort können die OK-ProduzentInnen einen freien Sendeplatz unter den noch vorhandenen Plätzen auswählen. Des Weiteren finden immer mehr (aktuelle) **Themenabende** oder so genannte **Sendeblöcke** mit thematisch ähnlichen Beiträgen, Einzug in die Programme der Offenen Kanäle. In Thüringen und Sachsen-Anhalt sind diese Formen der Programmstrukturierung sogar explizit in den jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen integriert. Derartige thematische Blöcke sind sicherlich sinnvoll und für den Zuschauer sehr hilfreich, jedoch dürfen sie keinesfalls den gleichberechtigten Zugang zum Offenen Kanal beschränken.¹¹²

Schließlich werden in einigen Offenen Kanälen auch **fixe Sendeplätze** für ständige OK-ProduzentInnen zu Verfügung gestellt. Dabei haben die jeweiligen Offenen Kanäle „auch bei der Zuweisung fester Sendeplätze [...] eindeutig einen Ermessens- und Gestaltungsspielraum.“¹¹³ Dies kommt den NutzerInnen sicherlich entgegen und

110 Vgl.: LAUFF, Werner: Offene Kanäle – Ein Zukunftsmodell. Rede anlässlich der „Tagung Bürgermedien“ der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und des Landesverbandes Offener Kanäle Sachsen-Anhalt e.V. Magdeburg, 2007. Online im WWW unter URL: <http://lauff.org/r190207.html> [Format: PDF; Stand: 4.7.2008].

111 Ebenda.

112 Vgl. Ebenda

113 Ebenda.

verringert unnötige bürokratische Probleme. Ein weiterer Vorteil von fixen Sendeplätzen ist eine langfristige und fortlaufende Zusammenarbeit mit denselben ProduzentInnen. Somit kann man gemeinsam die Form, der Inhalt und das Konzept der „eigenen“ Sendung verändern und verbessern. Zudem bietet eine wöchentliche oder monatliche Sendereihe eine bessere Orientierung für den Rezipienten und somit können tendenziell mehr Stammseher an den Offenen Kanal herangeführt werden. Auch Stachel unterstreicht die Bedeutung der fixen Sendeplätze.

„Wiederkehrende Sendeplätze sind das Um und Auf, um StammseherInnen zu gewinnen. Mit festen Sendeschienen, etwa einer rein englischsprachigen Schiene, einer Community-Schiene und den Abendprogrammen aus Kunst, Film und Diskussion, können die ZuseherInnen die Sendungen in ihren Alltag und ihre individuellen Fernseh-Gewohnheiten einbauen.“¹¹⁴

Der Nachteil am fixen Sendeplatz ist, dass sicherlich nicht alle (besonders Berufstätige) regelmäßig an „ihren“ Sendungen weiterarbeiten können und dass gegebenenfalls manche ProduzentInnen keinen Sendeplatz mehr bekommen. Außerdem entfernt man sich durch dieses Ordnungsprinzip wiederum vom Grundgedanken bzw. Grundprinzip des gleichberechtigten Zugangs.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass das „Prinzip der Schlange“ allgemein sicherlich ein aprobares Ordnungsprinzip ist, dass einen schnellen, wertungsfreien und gerechten Organisationsablauf im Offenen Kanal gewährleistet. Dennoch sind flexiblere Modelle, wie eben Thementage oder fixe Sendeplätze, sehr zu begrüßen, da sie Ordnung bzw. einen roten Faden zwischen den teilweise höchst unterschiedlichen Programmen schaffen. Andererseits ist gerade diese Heterogenität, diese „bunte Mischung“ typisch für den Offenen Kanal und ihrer NutzerInnen.

In der „Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien“ bringt Stachel diese Besonderheit auf den Punkt:

„Jede Sendung im OK für sich genommen ist unverwechselbar, der OK insgesamt ist es auch. Er kann diese Unverwechselbarkeit, die Vielzahl der Formen, Sprachen und Gesichter, zu seinem Markenzeichen machen und reflektieren. So kann er bewusst ein Image schaffen, das nicht in der Bildermasse der 39 anderen Programme untergeht, sondern als eigenes, spezielles und spannendes Programm erkannt wird.“¹¹⁵

114 STACHEL, Robert: Senderidentität. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.80.

115 Ebenda.

Fest steht, dass es auch in Zukunft eine äußerst diffizile Gratwanderung bleiben wird, ein Gleichgewicht zwischen den paritätischen, diskriminierungsfreien Zugang und einer möglichst einheitlichen, homogenen Außenwahrnehmung (im Sinne eines gemeinsamen Senderimages) herzustellen.

3. THEORIEN ZU DEN OFFENEN KANÄLEN

Nachdem im letzten Kapitel eine umfangreiche Einführung in das Wesen, den charakteristischen Merkmalen, den vielfältigen Funktionen, sowie den unterschiedlichen Organisations- und Finanzierungsformen von Offenen Kanälen präsentiert wurde, sollen nun die wichtigsten Theorien vorgestellt werden, die als geistiges Fundament zur Umsetzung der Idee von Bürgermedien gesehen werden können. Bestrebungen und Überlegungen, sowie theoretische und praktische Ansätze zur Schaffung alternativer, emanzipatorischer Medienarbeit, gab es bereits ab den 1920er Jahren. Die bedeutendsten Vertreter waren wahrscheinlich Bertolt Brecht und Walter Benjamin, und Hans-Magnus Enzensberger. Natürlich kann man die Liste derjenigen, die die Mediendiskussion bzw. -kritik der letzten Jahrzehnte nachhaltig prägten, beliebig weiterführen. Doch das Hauptaugenmerk sei hier bewusst nur auf obengenannte Personen gelenkt. So wird in diesem Kapitel weder auf Sergej M. Tretjakov's Konzept des „Operativismus“ eingegangen, der die Partizipation der BürgerInnen am medialen Prozess vorsah, noch kann der Begriff der „proletarischen (Gegen-)Öffentlichkeit“ von Oskar Negt und Alexander Kluge näher behandelt werden. Ebenfalls kann hier weder die Medienkritik von Günther Anders, die den negativen Einfluss des Fernsehens auf den Menschen thematisierte, noch die durch die Medien simulierte (Schein-)Welt bei Jean Baudrillard, berücksichtigt werden.

Die Theorien von Brecht, Benjamin und Enzensberger mögen zwar im Einzelnen Unterschiede aufweisen oder zu verschiedenen Zeiten generiert worden sein, doch sie alle stehen in jeweils bestimmter Weise für die Demokratisierung der Massenmedien, für Selbstbestimmung und Emanzipation, sowie für die Auflösung der Rollenteilung zwischen Produzenten und Rezipienten. Die politisch brisante Frage nach der gleichberechtigten Verfügbarkeit der Medien für alle gesellschaftliche Gruppen, beschäftigte nicht nur obengenannte Philosophen, sondern auch die verschiedenen Vertreter der Cultural Studies, die für vorliegende Arbeit noch von großer Bedeutung sein sollen. So wird in der Dominanz ökonomisch und politisch-herrschaftlicher Interessen über Medien der Grund dafür vermutet, dass das eigentlich demokratisch-partizipative Potenzial der Massenmedien (bewusst) nicht ausgeschöpft wird. Abhilfe kann nur durch die Herstellung freier, demokratischer und allgemein zugänglicher Medien, wie dies eben Offene Kanäle gewährleisten können, geschaffen werden.¹¹⁶

116 Vgl.: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Me-

Schließlich sei hier noch festgehalten, dass – auch wenn einige Kritiker nachfolgende Theorien für veraltet und unbrauchbar halten mögen – Brechts, Benjamins und Enzensbergers Ideen und Visionen von größter Bedeutung für die Entstehung und Entwicklung Offener Kanäle in Europa, zu betrachten sind.

3.1 Bertold Brecht: „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat“

„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.“

- Bertold Brecht - ¹¹⁷

Der deutsche Dramatiker, Lyriker und Regisseur Brecht entwickelte zwischen 1927 und 1932, die viel zitierte „**Radiotheorie**“. Er warnte „[...] zu einem Zeitpunkt, da Hitlers Gebrüll bereits in ganz Europa zu hören war“¹¹⁸ vor dem gefährlichen Einfluss der Massenmedien und kritisierte die einseitige Ausrichtung bzw. die „Einbahnkommunikation“ des Rundfunkapparates. Mithilfe des Radios wollte er die elitären Künste durch eine proletarisch-kollektive Massenkultur ablösen. Brecht strebte die Demokratisierung und Umfunktionierung des Rundfunks an, welcher nicht nur als Empfänger, sondern auch als Sender verwendet werden kann. ¹¹⁹

So lautete seine dezidierte Forderung:

„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 ihn auch in Beziehung zu setzen.“¹²⁰

Dieses Miteinbeziehen des Zuschauers, dieser Rollenwechsel – vom passiven Rezipient zum aktiven Produzent – würde nicht nur zu einer Belebung der öffentlichen Kommunikation und Diskussion beitragen, sondern dem Rundfunk eine Zweckmäßigkeit und Existenzberechtigung geben. Brecht bemängelte nämlich, dass

diengesellschaft. Schriftenreihe Cultural Studies, Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.79.

117 BRECHT, Bertold: Radiotheorie. IN: Gesammelte Werke VIII. Schriften 2. Zur Literatur und Kunst. Zur Politik und Gesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1967. S.121.

118 ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Das digitale Evangelium. Propheten, Nutznießer, Verächter. Erfurt: Sutton Verlag, 2000. S.10.

119 Vgl.: BRECHT, Bertold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999.S. 259f. Vgl. dazu auch: SCHÄFFNER, Gerhard: Hörfunk. IN: FAULSTICH, Werner (Hrsg.): Grundwissen Medien. 5.Auflage. München: Fink, 2004. S.275.

120BRECHT, Bertold: Radiotheorie. IN: Gesammelte Werke VIII. Schriften 2. Zur Literatur und Kunst. Zur Politik und Gesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1967. S.129.

dieser explizit unpolitisch und als Stellvertreter des Theaters, der Oper oder der Presse konzipiert worden sei. Der Rundfunk diene lediglich der Verschönerung des Alltags und würde inhaltlich bewusst nichts Neues hervorbringen.¹²¹ In diesem Zusammenhang formulierte Brecht zynisch: „Man hatte plötzlich die Möglichkeit, allen alles zu sagen, aber man hatte, wenn man es sich überlegte, nichts zu sagen.“¹²²

Der Rundfunk sollte nach Brecht also technisch als Sende- und Empfangsinstanz dienen und inhaltlich nicht bloß als reines Unterhaltungsmedium fungieren, sondern einen pädagogischen, politischen und kulturellen Auftrag erfüllen. Die BürgerInnen sollten die Möglichkeit zur Artikulation über Rückkanäle bekommen, über (politisch-) relevante Entscheidungen mitbestimmen und das Programm mitgestalten dürfen.¹²³

„Der Rundfunk müßte demnach aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren. Deshalb sind alle Bestrebungen des Rundfunks, öffentlichen Angelegenheiten auch wirklich den Charakter der Öffentlichkeit zu verleihen, absolut positiv.“¹²⁴

Brecht glaubte an die revolutionäre Kraft des Rundfunks und daran, dass dieses Medium einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der bestehenden gesellschaftlichen Verhältnisse leisten könne. Dennoch hielt er die Umsetzung seiner Radiotheorie bzw. den besseren Einsatz des Rundfunks im Interesse der Allgemeinheit, in der damaligen Gesellschaftsordnung (der Weimarer Republik) für undurchführbar, nicht jedoch in einer anderen.¹²⁵

In der Rezeption der Schriften von Brecht fällt sofort auf, dass sein Verlangen nach einem freien, demokratischen und partizipativen Rundfunk mit pädagogischen, politischen und kulturellen Aufgaben, zur Belebung der öffentlichen Kommunikation und Aktivierung der BürgerInnen, stark an die Diskussion um die Einführung Offener Kanäle erinnert. So verwundert es kaum, dass Bürgermedien häufig „[...] als (späte) Realisierung und Erweiterung der so genannten ‘Brecht’schen Radiotheorie’

121 Vgl.: BRECHT, Bertold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S. 259f.

122 BRECHT, Bertold: Radiotheorie. IN: Gesammelte Werke VIII. Schriften 2. Zur Literatur und Kunst. Zur Politik und Gesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1967. S.128.

123 Vgl.: BRECHT, Bertold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S. 260-263.

124 BRECHT, Bertold: Radiotheorie. IN: Gesammelte Werke VIII. Schriften 2. Zur Literatur und Kunst. Zur Politik und Gesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1967. S.129.

125 Vgl.: BRECHT, Bertold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S. 262f.

gewünscht oder gefürchtet“¹²⁶ wurden bzw. teilweise immer noch werden.

Der Autor des 1981 erschienenen Buches „Der Offene Kanal als Bürgermedium“ Hans Wolfgang Rolli bemängelt jedoch, dass der Brecht'schen Forderung zur Umfunktionierung des Rundfunks, auch der Offenen Kanal nicht gerecht werden kann. So schreibt er „[...] selbst wenn sich mit diesem System *Ansätze* einer Demokratisierung und einer größeren Partizipationsmöglichkeit verwirklichen lassen. Es ist wohl ein Gesetz der Massenkommunikation, daß den vielen Rezipienten grundsätzlich nur wenige Kommunikatoren gegenüberstehen können“ [H.i.O.]¹²⁷

Obwohl Brechts Radiotheorie weltweit enormen Zuspruch fand, erntete er auch Kritik: so bemängelten Winterhoff-Spurk et al., dass die Bezeichnung „Theorie“ im strikt wissenschaftlichen Sinn nicht zutreffend sei.¹²⁸ Auch der deutsche Medienwissenschaftler Werner Faulstich sieht die „Radiotheorie“ Brechts nicht als (ab)geschlossene Theorie, sondern eher als Einzelmedientheorie, die Ansätze und Thesen zum Rundfunk liefert. Einzelmedientheorien bieten demnach bestenfalls vorthoretische Verstehensansätze an; sie stellen kein System von Gesetzesaussagen dar, wie es für Theorien erforderlich ist.¹²⁹ Der Stellvertretende Direktor der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) Harald Zehe geht in seiner Kritik noch weiter indem er schreibt, dass Brechts Aufsatz „[...] nichts als ein Gedankenfragment ist und [er; *Anm. d. Verf.*] stets vergaß zu erwähnen, was passiert, wenn alle Bürger Sender sind: es ist keiner mehr da, um zuzuhören. Diese Theorie ist daher zu Recht auf der Müllhalde der Geschichte gelandet.“¹³⁰

Ob Brechts Schriften wirklich so unbrauchbar sind, darf angezweifelt werden, denn ihr Innovationswert, ihre Relevanz und Einzigartigkeit faszinieren und beeinflussen noch heute unzählige Menschen. Seine Ideen und Forderungen wurden von bedeutenden Philosophen aufgegriffen bzw. weiterentwickelt und besonders seine „Radiotheorie“

126 ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981. S.81.

127 Ebenda.

128 Vgl.: WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Der offene Kanal in Deutschland: Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 1992. S.13.

129 Vgl.: FAULSTICH, Werner: Medientheorie. IN: FAULSTICH, Werner (Hrsg.): Grundwissen Medien. 5. Auflage. München: Fink, 2004. S.14f.

130 ZEHE, Harald. Hier zitiert nach: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.89.

diente in der Diskussion rund um die Gründung Offener Kanäle als wichtige (geistige) Grundlage. Somit müsste Brecht ein gebührender Platz in der Vorgeschichte von Bürgermedien, als Vordenker freier, basisdemokratischer, partizipativer Medienarbeit, zugesprochen werden sollte. Seine Forderungen zur Gleichberechtigung bzw. Trennung zwischen ProduzentInnen und RezipientInnen, sowie das Recht auf Rede- und Meinungsfreiheit antizipierte er Jahrzehnte vor ihrer tatsächlichen Umsetzung. Er kritisierte die Kommerzialisierung, Trivialisierung und bloße Unterhaltungsfunktion der Medien, lange bevor das (Privat-)Fernsehen eingeführt wurde und akzentuierte, trotz allem, schon damals die politischen, pädagogischen und demokratischen Impetus der Medien.

3.2 Walter Benjamin: „Der Autor als Produzent“

„Der Lesende ist jederzeit bereit, ein Schreibender [...] zu werden“

- Walter Benjamin - ¹³¹

Der deutsche Philosoph Walter Benjamin verfasste just einige Jahre nach Brechts „Radiotheorie“ die überaus bekannte Abhandlung „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“ und den Aufsatz „Der Autor als Produzent“, in denen er sich inhaltlich auf Brecht bezieht und seine Forderungen weiterentwickelte. Benjamins Ziel war es ebenfalls das passive Publikum aktiv im Produktionsprozess miteinzubeziehen. Vor der Erfindung und Verbreitung der Presse gab es für die Mehrheit der Bevölkerung keine Möglichkeit zur Partizipation. Doch seit Ende des vorigen Jahrhunderts sah Benjamin, besonders in der Presse der ehemaligen Sowjetunion, eine vielversprechende Entwicklung hin zur Gleichstellung zwischen AutorIn und LeserIn.¹³²

„Jahrhundertlang lagen im Schriftentum die Dinge so, daß einer geringen Zahl von Schreibenden eine vieltausendfache Zahl von Lesenden gegenüberstand. [...] Mit der wachsenden Ausdehnung der Presse [...] gerieten immer größere Teile der Leserschaft – zunächst fallweise – unter die Schreibenden. [...] Damit ist die Unterscheidung zwischen Autor und Publikum in Begriff, ihren grundsätzlichen Charakter zu verlieren.“ ¹³³

131 BENJAMIN, Walter: Der Autor als Produzent. IN: RADDATZ, Fritz, J.(Hrsg.):Marxismus und Literatur. Band II Reinbek: Rowohlt Verlag, 1969. S. 267.

132 Vgl. Ebenda., S.263-277. Vgl. dazu auch: SCHERNTHANER, Alexandra: Das freie nicht-kommerzielle Radio in Wien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1995. S.20f.

133 BENJAMIN, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1990. S.29.

Benjamin war der Auffassung, dass sich dieser Rollentausch bzw. die Emanzipierung des Lesers nicht nur auf dem Printbereich beschränken würde, sondern auch andere Medien verändern bzw. revolutionieren könnte. Besonders im Film sah Benjamin einerseits die Möglichkeit zur Partizipation gegeben und andererseits ein enormes Potenzial, gesellschaftskritische, politische Aussagen an eine breite Öffentlichkeit zu übermitteln. Doch „[...] solange das Filmkapital den Ton angibt, läßt sich dem heutigen Film im Allgemeinen kein [...] revolutionäres Verdienst zuschreiben [...]“.¹³⁴

In seiner Propagierung einer aktiven, alternativen Medienarbeit lehnte sich Brecht an Sergej Tretjakovs Konzept des „operativen Schriftstellers“, der die direkte Beteiligung der Bevölkerung an gesellschaftlichen Prozessen fördern wollte. Dabei sollten dem Publikum zum einen die notwendige Technik zu Verfügung gestellt werden; zum anderen sollte laut Brecht die Schulung und Mobilisierung bzw. Aktivierung der BürgerInnen zur selbständigen Produktion, von größter Wichtigkeit sein.¹³⁵

*„Ein Autor, der die Schriftsteller nichts lehrt, lehrt niemanden. Also ist maßgebend der Modellcharakter der Produktion, der andere Produzenten erstens zur Produktion anzuleiten [und; Anm. d. Verf.] zweitens einen verbesserten Apparat ihnen zur Verfügung zu stellen vermag. Und zwar ist dieser Apparat um so besser, je mehr er Konsumenten der Produktion zuführt, kurz aus Lesern oder aus Zuschauern Mitwirkende zu machen imstande ist.“*¹³⁶ [*Hervorhebung im Original*]

Abschließend sei hier nochmals die besondere Leistung Benjamins hervorgehoben, dass auch er bereits damals die Demokratisierung der Medien und die Gleichberechtigung bzw. Trennung zwischen ProduzentInnen und RezipientInnen forderte. Auch er monierte den rein kommerziellen- und unterhaltenden Charakter der (damaligen) Massenmedien. Trotzdem glaubte er an die Mobilisierung der Bevölkerung, aktiv am medialen Diskurs teilzunehmen und an die gesellschaftliche Funktion von freien Medien.

¹³⁴ Ebenda., S.28.

¹³⁵ Vgl.: BENJAMIN, Walter: Der Autor als Produzent. IN: RADDATZ, Fritz, J.(Hrsg): Marxismus und Literatur. Band II Reinbek: Rowohlt Verlag, 1969. S263-277.

¹³⁶ Ebenda., S.273.

3.3 Hans-Magnus Enzensberger: „Baukasten zu einer Theorie der Medien“

„In ihrer heutigen Gestalt dienen Apparate wie das Fernsehen oder der Film nämlich nicht der Kommunikation, sondern ihrer Verhinderung.

Sie lassen keine Wechselwirkung zwischen Sender und Empfänger zu [...]"

- Hans Magnus Enzensberger - ¹³⁷

1970 – knapp ein halbes Jahrhundert nach Brechts und Benjamins Theorien – griff der deutsche Philosoph, Essayist und Wissenschaftler ihre Ideen auf und entwickelte sie in seinem berühmt gewordenen Aufsatz „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ weiter. Aus einer ähnlichen politischen Tradition kommend wie Brecht, forderte er die radikale Changierung und Revolutionierung der Medien und ihrer Nutzung. Auch Enzensberger war der Meinung, dass die elektronischen Medien Radio und Fernsehen technisch ohne weiteres vom reinen Distributions- zu einem Kommunikationsapparat umgewandelt werden könnten, da es prinzipiell keine Differenz zwischen Sender und Empfänger gibt. Dieser Funktionswechsel würde einzig und allein aus politischen Gründen (bewusst) verhindert. So bieten Medien, obwohl es technisch durchaus realisierbar wäre, keine Möglichkeit zur Interaktion. ¹³⁸

„[...] die elektronische Technik kennt keinen prinzipiellen Gegensatz von Sender und Empfänger. Jedes Transistorradio ist von seinem Bauprinzip her nicht nur Empfänger, es eignet sich zugleich auch als potentieller Sender, denn es kann durch Rückkopplung auf andere Empfänger einwirken.“¹³⁹

Für Enzensberger sind neue Medien – im Gegensatz zum Buch – egalitär und besitzen eine enorme politische (Spreng-)Kraft, die zur Massenmobilisierung – hin zu einem selbstorganisierten, interaktiven Mediengebrauch – genutzt werden können. Er war der Meinung, dass aus passive, unkritische und unpolitische KonsumentInnen nicht nur aktive ProduzentInnen entstehen, sondern dass ein emanzipatorischer Mediengebrauch allgemein eine gesellschaftliche Revolution in Gang setzen könne. Die Teilnahme am gesellschaftlichen Kommunikationsprozess hänge jedoch von der Bevölkerung selbst ab. Sie müssten lediglich von dieser neuen und einzigartigen Möglichkeit Gebrauch machen: ¹⁴⁰

137 ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999.S.265.

138 Vgl. Ebenda., 265f.

139 Ebenda., S.265.

140 Vgl. Ebenda., S.264-272. Vgl. dazu auch: MIELKE, Christine: Materialien zur Vorlesung „Theorien der Medienkultur“. Fünfte Sitzung „Rundfunk“: Brecht, Enzensberger und Baudrillard. Universität Karlsruhe, 2005. S. 1-4. Online im WWW unter URL: http://fakultaet.geist-soz.uni-karlsruhe.de/lit-wiss/downloads/Materialien_zur_Vorlesung_7-Rundfunk.pdf[Format: HTML; Stand: 2.9.2008].

„Zum ersten Mal in der Geschichte machen die Medien die massenhafte Teilnahme an einem gesellschaftlichen und vergesellschafteten produktiven Prozeß möglich, dessen praktische Mittel sich in der Hand der Massen selbst befinden.“¹⁴¹

Doch die Bewusstseinsindustrie, dessen Begrifflichkeit er von Horkheimer und Adorno übernommen hat, versuche nach Enzensberger diese subversive Bewegung zu verhindern, indem sie die Gesellschaft durch Propaganda, seichte Unterhaltung und (massenmedialen) Konsum ablenke, dumm halte und „entpolitisiere“. Sie probiere die gesellschaftliche Teilhabe auf ein Minimum zu reduzieren und den Abstand zwischen Sender und Empfänger aufrechtzuerhalten.¹⁴²

Enzensberger ist ebenfalls der Auffassung, dass alle Medien manipulativ seien, dennoch hielt er die Manipulationsthese der marxistischen Linken für zu einseitig, dogmatisch und apodiktisch. Er kritisierte die Phobie bzw. die Ablehnung vieler Zeitgenossen vor den technischen Entwicklungen und forderte dazu auf das enorme Potential elektronischer Medien zu erkennen. Um den Manipulationsgehalt, der ein immanenter Bestandteil von Massenmedien ist, zu minimieren, bedarf es – nach Enzensberger – einer gesamtheitlichen Aufsicht und Prüfung seitens der Bevölkerung.

¹⁴³

„Ein unmanipuliertes Schreiben, Filmen und Senden gibt es nicht. Die Frage ist daher nicht, ob die Medien manipuliert werden oder nicht, sondern wer sie manipuliert. [...] Jeder technische Eingriff ist potentiell gefährlich. Der Manipulation der Medien ist aber nicht durch alte oder neue Formen der Zensur zu begegnen, sondern durch direkte gesellschaftliche Kontrolle, das heißt durch die produktiv gewordenen Massen.“¹⁴⁴

141 ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. IN: GLOTZ, Peter (Hrsg.): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. Ex libris kommunikation. Band 8. München, Verlag Reinhard Fischer, 1997. S.99.

142 Vgl.: ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S.264-278. Vgl. dazu auch: MIELKE, Christine: Materialien zur Vorlesung „Theorien der Medienkultur“. Fünfte Sitzung „Rundfunk“. Brecht, Enzensberger und Baudrillard. Universität Karlsruhe, 2005. S. 1-4. Online im WWW unter URL: http://fakultaet.geist-soz.uni-karlsruhe.de/litwiss/downloads/Materialien_zur_Vorlesung_7-Rundfunk.pdf[Format: HTML; Stand: 2.9.2008].

143 Vgl.: ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S.271ff. Vgl. dazu auch: MIELKE, Christine: Materialien zur Vorlesung „Theorien der Medienkultur“. Fünfte Sitzung „Rundfunk“. Brecht, Enzensberger und Baudrillard. Universität Karlsruhe, 2005. S. 1-4. Online im WWW unter URL: http://fakultaet.geist-soz.uni-karlsruhe.de/litwiss/downloads/Materialien_zur_Vorlesung_7-Rundfunk.pdf[Format: HTML; Stand: 2.9.2008].

144 ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S.271.

Für Enzensberger ist die Unabhängigkeit und Interaktion aller Beteiligten von zentraler Bedeutung. Er erarbeitete sieben Merkmale für einen emanzipatorischen (anstatt des bisher repressiven) Mediengebrauch. Kennzeichnend für diesen gleichberechtigten Mediengebrauch ist, nach Enzensberger, die Aktivierung der breiten Masse, die selbstständige und basisdemokratische Organisation bzw. Produktion, der Rollenwechsel vom passiven Konsumenten, zum aktiven Produzenten, die „many-to-many“ Kommunikation (Botschaften können jederzeit, sowohl gesendet, als auch empfangen werden) und der politische Lernprozess.

Die in nachfolgender Tabelle zusammengefassten Aspekte, weisen große Ähnlichkeiten zu den Charakteristiken und Funktionen Offener Kanäle auf. Enzensberger betonte schon damals die Wichtigkeit zur Mobilisierung der Massen, die Autarkie und Unabhängigkeit des Mediums und auch er erkannte bereits damals das (demokratie-)politische, medienpädagogische und aufklärerische Potential freier, emanzipatorischer Medien.¹⁴⁵

REPRESSIVER MEDIENGEBRAUCH	EMANZIPATORISCHER MEDIENGEBRAUCH
Zentralgesteuertes Programm	Dezentralisiertes Programm
Ein Sender, viele Empfänger	Jeder Empfänger ein potenzieller Sender
Immobilisierung isolierter Individuen	Mobilisierung der Massen
Passive Konsumentenhaltung	Interaktion der Teilnehmer
Entpolitisierung	Politischer Lernprozess
Produktion durch Spezialisten	Kollektive Produktion
Kontrolle durch Eigentümer/Bürokraten	Selbstorganisation

Tabelle 4: Repressiver und emanzipatorischer Mediengebrauch bei Enzensberger.

Dennoch sahen einige Kritiker – wie beispielsweise Jean Baudrillard – Enzensbergers (und Brechts) Forderungen nach einer Umfunktionierung und Demokratisierung der Massenmedien, sowie nach der Partizipation der Bevölkerung am Kommunikationsprozess „[...] als im Kern naiv und darüber hinausgehend als von den

¹⁴⁵ Vgl.: Ebenda., S.264-278. Vgl. dazu auch: ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. IN: GLOTZ, Peter (Hrsg.): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. Ex libris kommunikation. Band 8. München, Verlag Reinhard Fischer, 1997. S.97-116.

falschen und völlig verkannten Charakteristika des Rundfunks ausgehend“.¹⁴⁶

Andere wiederum honorierten Enzensbergers Gedanken als wegbereitend für die heutige, prosperierende europäische Bürgermedienlandschaft. So markieren Geppl et. al. seine Ideen als Basis bzw. als Beginn der Umsetzung offener, alternativer und emanzipatorischer Medienarbeit.

„Während einige dieser Punkte eine starke ideologische Ausrichtung aufweisen und von ihrer Entstehungszeit in den 1960er und 1970er Jahren her zu lesen sind, deuten andere schon sehr klar die Konturen der dann in der Folge realisierten Offenen Kanäle an. Der Text zählt damit wohl zu den wichtigsten Wegpunkten am Übergang von theoretischen Vorüberlegungen zu konkreteren Umsetzungsmaßnahmen der Kanäle in Deutschland.“¹⁴⁷

146 MIELKE, Christine: Materialien zur Vorlesung „Theorien der Medienkultur“. Fünfte Sitzung „Rundfunk“: Brecht, Enzensberger und Baudrillard. Universität Karlsruhe, 2005. S. 1. Online im WWW unter URL: http://fakultaet.geist-soz.uni-karlsruhe.de/litwiss/downloads/Materialien_zur_Vorlesung_7-Rundfunk.pdf [Format: HTML; Stand: 2.9.2008].

147 GEPPL, Monika / KREUCH, Gerhard / LUDESCHER, Martin: Professionalität im „Offenen Kanal“. Okto – ein Widerspruch? Schriftenreihe des Forschungsbereiches Wirtschaft und Kultur, Nr.9. Wirtschaftsuniversität Wien, 2007. S.22. Online im WWW unter URL: http://epub.wu-wien.ac.at/dyn/virlib/wp/mediate/epub-wu-01_d23.pdf?ID=epub-wu-01_d23 [Format: PDF; Stand: 11.5.2008].

4. GESCHICHTE UND ENTWICKLUNG VON BÜRGERMEDIEN

Im vorhergehenden Kapitel wurden die, für vorliegende Arbeit relevantesten Theorien – von Brecht bis Enzensberger – vorgestellt. Sie können sozusagen als „geistige Väter“ der Bürgermedien gesehen werden, da sie mit ihren Werken nicht nur eine theoretische Fundierung lieferten, sondern weil ihre Visionen wegweisend für die gesellschaftliche und politische Diskussion zur Schaffung Offener Kanäle Anfang der 1970er Jahre waren. Diese hitzige (theoretisch-politische) Debatte war von Ängsten und Vorurteilen gegenüber den Gefahren und Auswirkungen der neuen Medien gekennzeichnet. Es musste eine jahrelange Aufklärungs- und (politische) Überzeugungsarbeit geleistet werden, bis schließlich 1984 mit dem Kabelpilotprojekt in Ludwigshafen/Vorderpfalz, der erste Offene Kanal in der Bundesrepublik erprobt wurde. Anders als in Deutschland wurde die Einführung von Bürgermedien in den Vereinigten Staaten von engagierten Videogruppen gefordert und war bereits in den frühen 1970er Jahren, allen voran in New York, etabliert. Auch in Österreich und Italien gab es ebenfalls ernsthafte Bemühungen Bürgermedien aufzubauen, doch wie im Falle Italiens leider ohne Erfolg. Zumindest in der Alpenrepublik fruchteten die Jahrzehnte langen Diskussionen und Bestrebungen mit der Inbetriebnahme des ersten Community-Sender Österreichs, namens „OKTO“, am 28. November 2005.

Weltweit haben sich in den letzten 30 Jahren unzählige, in ihrer Ausprägung verschiedenste Bürgermedien – unter anderem in Australien, Afrika, Brasilien, Fiji, Süd Korea, Israel, Niederlande, sowie in den Skandinavischen Ländern – entwickelt. Dieses Kapitel soll auch Beweis dafür sein, dass Bürgermedien nicht nur Utopien weltfremder Träumer, sondern engagierte und seit Jahren erfolgreich eingesetzte demokratische Initiativen darstellen.

Auf den nachfolgenden Seiten sollen nun die verschiedenen Wege, von der gesetzlichen Grundlage, über Planung und Durchführung von Versuchsprojekten, bis hin zur Realisierung von Bürgermedien in den USA, Deutschland und Österreich skizziert werden. Das jeweilige (Unter-)Kapitel wird dabei von einer aktuellen, vom Verfasser der Arbeit erstellten Karte der Bürgermedienlandschaft des jeweiligen Landes, abgerundet. Zuletzt soll die Situation der Medien in Italien analysiert und verschiedene Projekte alternativer Medienarbeit, die zwar mit Offenen Kanälen

vergleichbar, aber im eigentlichen Sinne keine klassischen Bürgermedien darstellen, vorgestellt werden.



Abbildung 3: Übersicht europäischer Bürgermedien.

Oben angeführte Karte aus der Studie „The State of community media in the European Union“¹⁴⁸, die im September 2007 vom Europäischen Parlament in Auftrag gegebenen wurde, soll einen Überblick über den *status quo* der prosperierenden, stark heterogenen und seit Jahren relativ gut vernetzten europäischen Bürgermedien bieten. So haben sich seit 2004 zahlreiche Bürgermedien aus insgesamt 21 europäischen Ländern zu einem eingetragenen Verein namens „Open Channels for Europe! e.V.“geschlossen. Ein weiteres transnationales Netzwerk mit dem Namen „Community Media Forum Europe“ (CMFE) entstand zum Zwecke der Stärkung des „Dritten Mediensektors“ und der größeren Einflussnahme im Entscheidungsprozess der Europäischen Union.¹⁴⁹

148 KERN EUROPEAN AFFAIRS (KEA): The State of community media in the European Union. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. S.19. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/activities/expert/eStudies.do?language=EN> [Format: PDF; Stand: 12.09.2008].

Legende: Orange: sehr aktive Medienarbeit und gut fundierte Regulierungen; Hell-orange: sehr aktive Medienarbeit, kürzlich veränderte Regulierungen; Gelb: sehr aktive Medienarbeit und große öffentliche Aufmerksamkeit, gesetzliche Anerkennung, aber keine Finanzierung; Grün: Vergleichsweise aktive Medienarbeit; aber keine gesetzliche Anerkennung und Regulierung; Blau: nur begrenzte Aktivität; Grau: keine Daten erhältlich.

149 Vgl.: OPEN CHANNELS FOR EUROPE! Online im WWW unter URL: <http://www.open-channels.eu/> [Format: HTML; Stand: 12.09.2008]. Vgl. dazu auch: COMMUNITY MEDIA FORUM EUROPE. Online im WWW unter URL: <http://www.cmfe.eu> [Format: HTML; Stand: 12.09.2008]. Vgl. dazu auch: COMMUNITY MEDIA EUROPE. Online im WWW unter URL: <http://www.communitymedia.eu> [Format: HTML; Stand: 12.09.2008].

Schließlich soll hier noch auf die Problematik der mangelnden Rechtsgrundlage in vielen europäischen Staaten, sowie das Fehlen einer einheitlichen Regelung seitens der Europäischen Union, aufmerksam gemacht werden. Dementsprechend gibt es große Unterschiede in Verbreitung und Aktivität europäischer Bürgermedien, die – laut dem Bericht der EU-Abgeordneten Karin Resetarits – „[...] in den Mitgliedstaaten am stärksten präsent sind, in denen sie eindeutig rechtlich anerkannt werden und ein Bewusstsein für ihren Mehrwert besteht.“¹⁵⁰ Das für die Bürgermedien Europas vielversprechende Dokument des EU-Ausschusses für Kultur und Bildung (CULT), welches im September 2008 mit 471/42 Stimmen durch das EU-Parlament ratifiziert wurde, fordert die Mitgliedstaaten auf, aktiver die Bürgermedien zu unterstützen, um Medienpluralismus und kulturelle Vielfalt zu gewährleisten. Zudem sollen die einzelnen Staaten eine eindeutige Abgrenzung des Sektors als eigene Gruppe innerhalb des Medienbereichs vornehmen.¹⁵¹

Wie nun gesehen gab es in den letzten Jahren erfolgreiche Bestrebungen die heterogene Bürgermedienlandschaft Europas zu vernetzen und aussichtsreiche Vorhaben eine gemeinsame rechtliche Grundlage auf europäischer Ebene zu schaffen, denn nur durch (rechtliche und symbolische) Anerkennung und (finanzielle) Unterstützung seitens der Politik können sich Bürgermedien in ihrer Gesamtheit entfalten.

4.1 Geschichte und Entwicklung von Bürgermedien in den USA

Die technischen Rahmenbedingungen zur Schaffung von Bürgermedien in den Vereinigten Staaten von Amerika wurden bereits durch den frühen Bau und die konsequente Weiterentwicklung der Kabelnetze Anfang der 1950er Jahre sichergestellt.¹⁵² Auch die gesetzliche Legitimation bzw. rechtliche Fundierung von **Public Access Channels**, nämlich das Recht auf freie Meinungsäußerung, ist im „First Amendment“ zur Verfassung verankert. Doch erst dank der vielen Initiativen

150 RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

151 Vgl.: Ebenda.

152 1950 wurden immerhin schon 70 Gemeinden bzw. 14.000 Haushalte erreicht. Dagegen wurden 1998 mehr als 32.000 Gemeinden und über 65 Millionen Haushalte beliefert. Vgl.: FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (FCC): Fact Sheet. Cable Television. Information Bulletin, 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.fcc.gov/mb/facts/csgen.html> [Format: HTML; Stand: 15.09.2008].

unerschütterlicher, politisch-engagierter Video- und Bürgerrechtsaktivisten – wie beispielsweise George Stoney, (der gerne als Vater der Public Access Channels zitiert wird) oder der ehemalige Schüler McLuhans, Paul Ryan – die in den 1960er - 1970er Jahren vehement die Partizipation am massenmedialen Kommunikationsprozess forderten, erreichte man 1971 in **New York** die Bereitstellung eines frei-zugänglichen Kanals. Nach den vielversprechenden Ergebnissen in New York erließ die US-Medienkontrollbehörde „Federal Communication Commission“ (FCC) 1972 eine Verordnung, in der sich die Kabelbetreibergesellschaften mit mehr als 3.500 Teilnehmern verpflichteten, mindestens einen Public Access Channel zur Verfügung zu stellen. Zwar klagten die Kabelbetreiber erfolgreich gegen diese Anordnung, doch sie benötigten weiterhin die Lizenz der jeweiligen Gemeinden, die wiederum einer Erlaubnis nur mit der Gewährleistung eines Offenen Kanals zustimmten. Vor diesem Hintergrund entstanden in den USA bis 1978 insgesamt 117 Public Access Channels.¹⁵³

Im Jahre 1984 wurden die Public, Educational and Governmental Access Channels (PEG) im „**Cable Communication Act**“ gesetzlich verankert. Dort wird zwar die Möglichkeit Bürgermedien zu nutzen sichergestellt, das Problem der Finanzierung und Bereitstellung der Infrastruktur, der Technik, sowie der MitarbeiterInnen bleibt jedoch dem Verein oder der Gemeinde selbst überlassen. Diese Tatsache ist eine der wesentlichsten Unterschiede zu europäischen Bürgermedien. Durch das kommerzielle Rundfunksystem in den USA sind Bürgermedien auf das selbstständige Lukrieren von Geldern durch Werbung und Sponsoring u.drgl. angewiesen, allerdings – wie bereits erwähnt – lediglich zum Zwecke der Selbsterhaltung bzw. Kostendeckung.¹⁵⁴ Im „Cable Communication Act“ von 1984 ist des Weiteren festgelegt, dass die Kabelbetreiber grundsätzlich keine redaktionelle Kontrolle (Zensur) betreiben dürfen. Doch nachdem in einigen Stationen einzelne Fälle von Missbrauch gemeldet wurden, verabschiedete der Kongress 1992 den „Cable Television Consumer Protection and Competition Act“, auf Grundlage dessen die FCC die Berechtigung bekam, bestimmte Sendungen zu verbieten. Außerdem dürfen die Kabelbetreibergesellschaften laut FCC den NutzerInnen Offener Kanäle, anders als in Europa, bestimmte Anforderungen, wie

153 Vgl.: ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981. S.39ff. Vgl. dazu auch: WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Der offene Kanal in Deutschland: Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 1992. S.12f. Vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. S.24ff.

154 Vgl.: Ebenda.

beispielsweise einen technischen Minimalstandard, vorschreiben.¹⁵⁵

In den letzten Jahren kam es schließlich zu gravierenden Gesetzesänderungen im US-amerikanischen Kommunikationssektor, die von der „Alliance for Community Media“ – eine nationale Dachorganisation für über 1000 Bürgermedien in den USA – als größte Bedrohung seit Beginn der Bürgermedien vor 30 Jahren eingestuft werden.¹⁵⁶ So verabschiedete 2006 das US-Repräsentantenhaus den „**Communications Opportunity, Promotion and Enhancement Act**“ (COPE), welcher den großen Telefonmagnaten, allen voran AT&T eines der weltgrößten Telekommunikationsunternehmen, sowie Verizon, Comcast, Time Warner und Qwest, ermöglicht, ohne Vergütung der jeweiligen Gemeinden für eine Konzession, ins Kabelfernsehg Geschäft einzusteigen. Durch diese Gesetzesvorlage verlieren die einzelnen Stadtverwaltungen nicht nur ihre Überwachungs- und Kontrollfunktion, sondern ebenfalls ihre Entscheidungskraft über Lizenzvergaben. Ferner wird dadurch den amerikanischen Bürgermedien eine der wichtigsten Einnahmequellen entzogen. Denn bisher konnten die jeweiligen Gemeinden stets mit verschiedenen Kabelbetreibern über Gebühren und Leistungen verhandeln. Stattdessen sollen nun die Telefongesellschaften eine nationale Lizenz durch die FCC bekommen. Schließlich befürchten Kritiker, dass die Telefonanbieter in Zukunft nicht nur den Zugang zum Sender, sondern auch ihre Inhalte kontrollieren könnten. Befürworter sehen in den Gesetzesänderungen hingegen die Grundlage für eine Auflösung des Monopols der Kabelgesellschaften und die Öffnung eines wettbewerbsfähigen Marktes¹⁵⁷

155 Vgl.: FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (FCC) Fact Sheet. Cable Television. Information Bulletin. 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.fcc.gov/mb/facts/csgen.html> [Format: HTML; Stand: 15.09.2008]. Vgl. dazu auch: OLSON, Bill: The History of Public Access Television. Wisconsin, 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.geocities.com/iconostar/history-public-access-TV.html> [Format: HTML; Stand: 15.09.2008].

156 „I think this is the biggest threat that we have ever had since public access was created over 30 years ago. The bills that are out there right now, in the name of competition, actually are there to allow the telephone companies to come in and compete with the cable companies, but would in effect create a duopoly.“ RIDDLE, Anthony: Local Public Access TV Under Attack From Trio of Congressional Bills. 2005. Online im WWW unter URL: http://www.democracynow.org/2005/9/30/local_public_access_tv_under_attack [Format: HTML; Stand: 16.09.2008].

157 Vgl.: DAVITIAN, Lauren-Glenn: Long Story Short: The 2006 Rewrite of U.S. Communications Policy. 2006. Online im WWW unter URL: <http://saveaccess.org/longstoryshort> [Format: HTML; Stand: 16.09.2008]. Vgl. dazu auch: RIDDLE, Anthony: Local Public Access TV Under Attack From Trio of Congressional Bills. 2005. Online im WWW unter URL: http://www.democracynow.org/2005/9/30/local_public_access_tv_under_attack [Format: HTML; Stand: 16.09.2008].

PEG Issue	After New State Cable Franchise	After '96 Telecom Act	After '84 Cable Act
PEG Channel Slamming	Yes – MI, FL, NC	No	No
Loss or Cut to PEG Funding	Yes – OH, MS, FL, GA, CA, TX, WI, NC, MI	No	No
Loss of Capital Payments	Yes – IN, NC	No	No
Loss of Close Captioning/SAP	Yes – CA, all AT&T systems	No	No
Loss of PEG Channels	Yes – IN	No	No
Loss of Facilities/Studio	Yes – OH, MS, FL, GA, CA, IN, NC, MI	No	No
Transmission costs PAID by PEG	Yes – OH, many AT&T systems	No	No
Loss of cable drops to public buildings	Yes – KS, MI	No	No
PEG moved from analog to digital with charge to subscriber for cable box	Yes – MI, FL, NC	No	No
Consumer cable pricing regulated	No	No	Yes
“Basic Cable” pricing regulated	No	Yes	Yes

Tabelle 5: Liste der Auswirkungen auf „PEG-Channels“ durch die neue Gesetzeslage in den USA.

Die oben angeführte Tabelle veranschaulicht die (bereits konkreten) Auswirkungen der neuen Gesetzesänderungen auf die US-amerikanischen „PEG-Channels“. So wurden bereits einige Bürgermedien u.a. in Indiana geschlossen und Finanzierungen in zahlreichen Bundesstaaten gekürzt oder entzogen. Etliche Infrastrukturen mussten aufgegeben und Kapitaleinzahlungen für „PEG’s“ gestoppt werden. Ferner wurden Kabelzugänge in öffentlichen Einrichtungen verwehrt. In einigen Bundesstaaten mussten Bürgermedien sogar die Kosten der Fernsehübertragung selbst übernehmen. Aufgrund der digitalen Umstellung einiger Bürgersender mussten vielerorts die AbonnentInnen selbst für diese Preiserhöhungen aufkommen. Schließlich mussten auch Telekommunikationsdienstleisterwechsel in Kauf genommen werden.¹⁵⁸

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich in den USA zwar weltweit das größte und wahrscheinlich modernste Netz an Bürgermedien – dank der frühen technischen Implementierung, der politischen Verankerung im First Amendment („Freedom of Speech“), sowie der gesetzlichen Sicherung durch den Obersten Gerichtshof und den Verordnungen der FCC – entwickeln konnte. Dennoch wurden gerade in den letzten Jahren die US-amerikanischen Bürgermedien infolge

¹⁵⁸ Vgl.: SAVE ACCESS: Why the Congressional Hearing on PEG Matters. 2008. Online im WWW unter URL: <http://saveaccess.org/node/2119> [Format: HTML; Stand: 16.09.2008]

wirtschaftlicher Interessen der großen Telefongesellschaften, die den lukrativen Telekommunikationssektor beherrschen wollen, in ihrem Umfang, um nicht zuzugestehen in ihrer Existenz, bedroht. So ist es keine Seltenheit, dass in manchen US-Bundesstaaten etliche Bürgermedien, die jahrzehntelang erfolgreich für ihre jeweilige Gemeinde („Community“) auf Sendung waren, schließen mussten. Diese Entwicklung zeigt, dass besonders in einem kapitalistischen System, in dem ökonomische Interessen Vorrang haben, Bürgermedien als ein rares, nicht selbstverständliches und stets gefährdetes, demokratisches Gut gesehen und geschützt werden müssen.

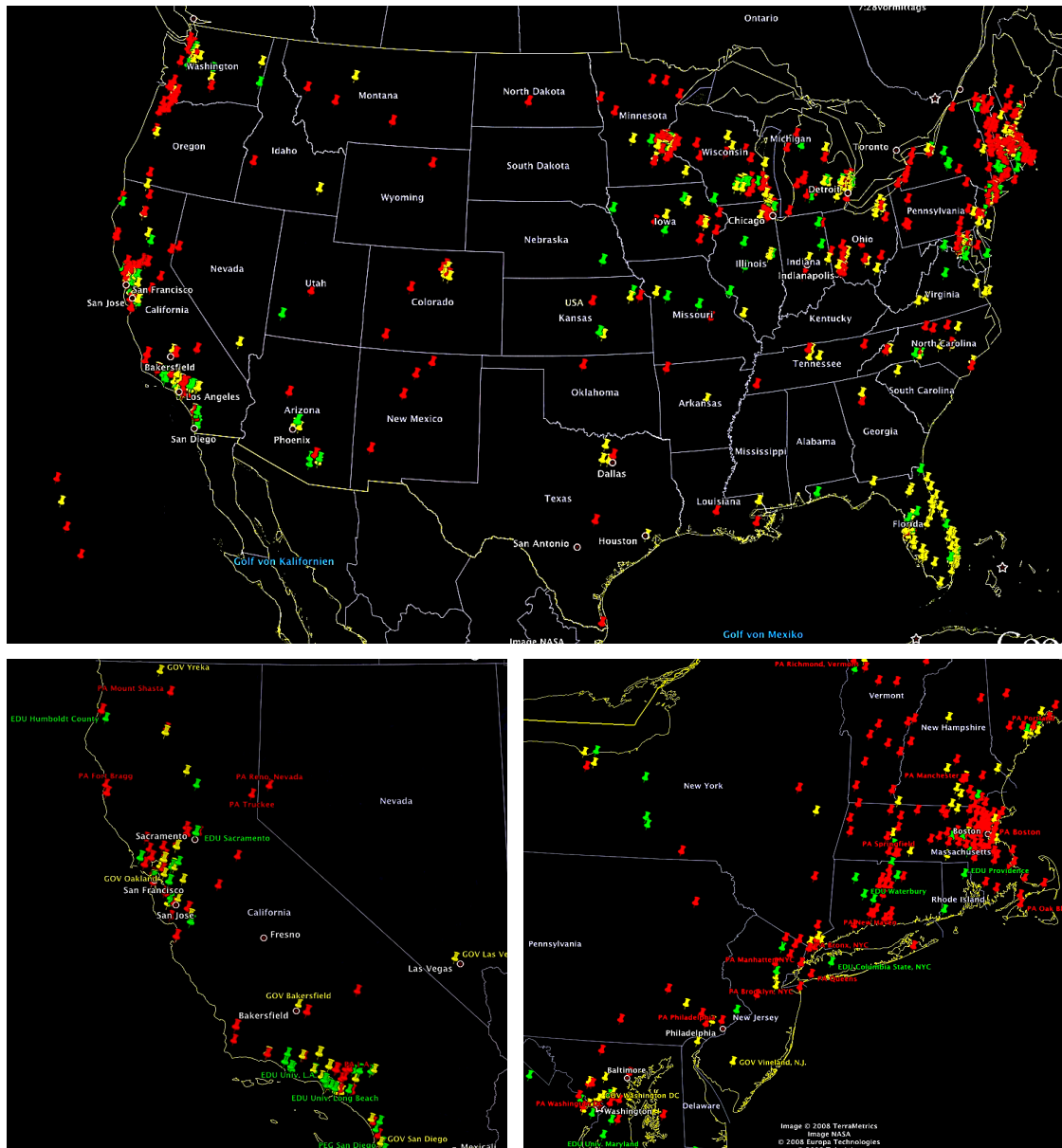


Abbildung 4: Übersicht US-amerikanischer Public-, Educational- und Governmental Access Channels (PEG).¹⁵⁹

¹⁵⁹ Legende: Rot: Public-Access Channels; Gelb: Governmental Channels; Grün: Educational Channels. Die Mehrzahl der Bürgermedien in den USA befinden sich in Kalifornien, Florida (dort vor allem Governmental Channels) und in den nordöstlichen Bundesstaaten Massachusetts, New York,

4.2 Geschichte und Entwicklung von Bürgermedien in Deutschland

Die Gründung und Entwicklung von Bürgermedien in Deutschland wurde, obwohl es schon Jahre zuvor Forderungen großer Denker wie Brecht oder Enzensberger gegeben hat, nicht von der Bevölkerung, wie beispielsweise in den USA gefordert.¹⁶⁰ Vielmehr wurden sie im Zuge der damals neuen Verbreitungstechnik Kabel, der Einführung privat-kommerzieller Fernsehstationen und der gesetzlichen Legitimation durch Artikel 5 des deutschen Grundgesetzes, ermöglicht. Demzufolge hat:

„Jeder [...] 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.“¹⁶¹

Der Beginn des dualen Rundfunks und die Verkabelung der Bundesrepublik Anfang der 1980er Jahre führte zu einer äußerst kontroversen gesellschaftlichen, wie politischen Diskussion. Befürworter sahen im Offenen Kanal die Verwirklichung der Meinungsfreiheit und in der Abschaffung des öffentlich-rechtlichen Monopols mehr Informationsvielfalt garantiert. Kritiker, die ein kommerzielles Rundfunksystem nach US-amerikanischen Modell befürchteten, diffamierten den Offenen Kanal als „Kind der Verkabelung“, als Tummelplatz von „Psychopathen, Propheten und Chaoten“ oder „als bloßes Instrument, das die Einführung des Privatfernsehens legitimieren soll“.¹⁶²

Am Ende war es der politische Wille, ein kostengünstiges und modernes Kommunikationssystem aufzubauen, der sich durchsetzte. 1974 wurde eine unabhängige **„Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems“** (KtK) von der Regierung eingesetzt um finanzielle,

Connecticut und Vermont. Naturgemäß sind eine Vielzahl an PEG-Channels in und um Großstädte, wie New York, Los Angeles, San Francisco, Boston und Chicago situiert. Demgegenüber gibt es wenige „PEGs“ in den Staaten des Mittleren Westens, sowie in South Carolina und Delaware. Keine Bürgermedien gibt es in South Dakota, Alabama, West Virginia und Alaska.

160 Demgegenüber behauptet Johannes Schütz die Videobewegung sei ein direkter Vorläufer der Offenen Kanäle und habe zur Schaffung von Bürgermedien unmittelbar beigetragen. Vgl.: 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. Diplomarbeit, Universität Wien, 1992. S.12.

161 Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland (GG). Artikel 5, Absatz 1, Satz 2. 1949. Online im WWW unter URL: http://www.bundestag.de/parlament/funktion/gesetze/grundgesetz/gg_01.html [Format: HTML; Stand: 25.9.2008].

162 SCHÜTZ, Johannes: Offene Kanäle in Deutschland. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.31. KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997. S.13. KAIN, Florian: Zusammengestümperter Müll. IN: DIE WELT. 18./19.3.2000.

technische und organisatorische Fragen zum Ausbau des Kommunikationsnetzes zu klären. 1978 beschlossen die Ministerpräsidenten der Bundesländer, auf Vorschlag der KtK, insgesamt vier Modellversuche – in Ludwigshafen, München, Berlin und Dortmund – durchzuführen. Die Finanzierung der Kabelpilotprojekte wurde in den „Kronberger Beschlüssen“ durch den so genannten „Kabelgroschenzuschlag“ auf die allgemeine Rundfunkgebühr, geregelt. Ein Jahr später erarbeitete die Expertengruppe Offener Kanäle (EOK) – wie bereits in Kapitel 2.1 gesehen – allgemeine Grundsätze für Offene Kanäle in Deutschland.¹⁶³

Nach mehrjähriger Testphase nahm am **1.1.1987** in **Ludwigshafen** der erste Offene Kanal Deutschlands seinen Betrieb auf. Dieser wies einen hohen Öffnungsgrad auf, so hatte jede(r) in Deutschland wohnhafte BürgerIn die Möglichkeit an den Programmen des Offenen Kanals mitzuwirken. In den darauf folgenden Jahren kamen etliche Offenen Kanäle hinzu, so beispielsweise Dortmund (1985), Berlin (1985), Neustadt/Weinstraße (1987), Duisburg (1988) und Hamburg (1988), um nur einige zu nennen. Die Gründung von Bürgermedien in den „Neuen Bundesländern“ erfolgte hingegen relativ spät, dafür aber umso rascher. So wurde erst ab 1995 mit der Errichtung von Offenen Kanälen, Aus- und Fortbildungskanälen und nicht-kommerziellem Bürgerrundfunk im Osten Deutschlands begonnen, obwohl Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen schon 1991 eine gesetzliche Grundlage dafür schufen.¹⁶⁴

In Deutschland gab es für Bürgermedien, aufgrund des föderalistischen Prinzips des Landes, stets unterschiedliche Regelungen für die diversen Bürgermedien. So lag die Gesetzgebung in der Verantwortung der jeweiligen Bundesländer. 1987 sollte der „**Staatsvertrag zur Neuordnung des Rundfunkwesens**“ eine homogene gesetzliche Grundlage bilden, doch nach der Wiedervereinigung Deutschlands brauchte es weiterer Änderungen, um eine einheitliche Finanzierung zu regeln. Im Zehnten Staatsvertrag, der 2008 in Kraft trat, wurde die finanzielle Sicherung Offener Kanäle (2% der Rundfunkgebühren) vom Gesetzgeber zwar nicht verpflichtet, aber zumindest explizit erwähnt und vorgeschlagen.¹⁶⁵ Schließlich wurden Offene Kanäle außer in Bayern und

163 Vgl.: JAENICKE, Angelika: Die Ausbreitung der Offenen Kanäle in Deutschland. Eine Chronik. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.93ff. Vgl.: SCHÜTZ, Johannes: Offene Kanäle in Deutschland. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.31-36.

164 Vgl. Ebenda.

165 „Der in § 10 des Rundfunkfinanzierungsstaatsvertrages bestimmte Anteil kann für die Finanzierung

In Deutschland sind Bürgermedien nicht nur rechtlich und finanziell relativ gut gesichert, sondern sie sind durch bundesweite **Verbände** gut vernetzt. So existiert seit 1998 der „Bundesverband Offener Kanäle“ (BOK), seit 1993 der „Bundesverband Freier Radios“ (BFR) und seit 2007 der „Bundesverband Bürger- und Ausbildungsmedien“ (BVBAM). Letzterer wurde von 27 unterschiedlichen Bürgermedien mit der Absicht gegründet, die Diversität zwischen Offenen Fernsehkanälen und Freien Radios aufzuheben und alle Typen von Bürger- und Ausbildungsmedien unter einer Dachorganisation zu vereinen, sodass die gesamte Bürgermedienszene ein stärkeres politisches Gewicht erhält. Ein ähnliches Anliegen verfolgt die „Norddeutsche Kooperation für Bürgermedien“ (NOKO). Die zugangsoffene und durch ein geringes Maß an Institutionalisierung gekennzeichnete NOKO, dient zudem als wichtige Fortbildungsplattform. Die Aus- und Weiterbildung ist ebenfalls zentrale Aufgabe des „Bildungszentrum BürgerMedien“ (BZBM). Der gemeinnützige Verein, der das überaus interessante virtuelle Informationsmagazin über Bürgermedien, namens „ConneX“ veröffentlicht, versucht Offene Kanäle und nichtkommerzielle Radios besser zu vernetzen und weiter zu entwickeln.¹⁶⁷

Wie nun auf den vorherigen Seiten dargestellt, haben sich die insgesamt 150 Bürgermedien¹⁶⁸ und die 79 täglich- sendenden Offenen Kanäle im Fernseh- und Hörfunkbereich in Deutschland¹⁶⁹, mit ihren bunten und reichhaltigen Programmen, unterschiedlichsten NutzerInnen und vielfältigen Funktionen bzw. Aufgaben, zu einer festen und zunehmend anerkannten Größe etabliert. Die Würdigung bzw. die konkrete Unterstützung der Politik, sowie die enormen Bemühungen der diversen

folgender Aufgaben verwendet werden: 1. Zulassungs- und Aufsichtsfunktionen der Landesmedienanstalten einschließlich hierfür notwendiger planerischer, insbesondere technischer Vorarbeiten, 2. die Förderung offener Kanäle [...]“ Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV) III. Abschnitt, IV. Unterabschnitt, § 40, Absatz 1. 1991 in der Fassung vom 19.12.2007. Online im WWW unter URL: www.lfk.de/gesetzeundrichtlinien/rundfunkstaatsvertrag/main.html [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

166 Vgl.: JAENICKE, Angelika: Die Ausbreitung der Offenen Kanäle in Deutschland. Eine Chronik. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.93ff. Vgl.: SCHÜTZ, Johannes: Offene Kanäle in Deutschland. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.31-36.

167 Vgl.: ARBEITSGEMEINSCHAFT DER LANDESMEDIENANSTALT IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hrsg.): Jahrbuch 2007. Berlin: Vistas, 2008. S.316-321. Online im WWW unter URL: http://www.alm.de/fileadmin/Download/ALM_Jahrbuch_2007_Druckversion.pdf [Format: PDF; Stand: 4.4.2008].

168 Vgl.: Ebenda., S.310.

169 Vgl.: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.5.

Bürgermedien-Verbände versprechen auch weiterhin wesentliche Erfolge im „dritten Mediensektor“. Nichtsdestotrotz müssen die Offenen Kanäle, welche bundesweit von 20.000 – 30.000 ehrenamtlichen MitarbeiterInnen genutzt werden und insgesamt 1.500 Stunden Programm senden¹⁷⁰, auch heute noch ihren gesellschaftlichen Nutzen beweisen, da sie mehrheitlich aus den Rundfunkgebühren finanziert werden. Im europäischen Vergleich konnte Deutschland eine außerordentliche und vorbildhafte Position in der Entwicklung, Sicherung und Förderung ihrer Bürgermedien einnehmen. Dieser eindrucksvolle Wachstum der Bürgermedienlandschaft in den letzten Jahrzehnten (vergleiche hierzu Abbildung 5 auf der nächsten Seite) beeindruckte auch das Oberkirchenrat a.D. und Mitglied der Versammlung der Landesmedienanstalt Sachsen-Anhalt, Siegfried Schulze und bewegte ihn zu folgender interessanter Aussage:

„Die Entwicklung vom kontrollierten und bis in die letzten Regungen der Protagonisten zensierten Staatsfernsehens der DDR bis zu den Offenen Kanälen, in denen jedermann Zutritt hat – nichts ist erstaunlicher und nichts markiert deutlicher die Veränderung, die bei uns stattgefunden hat.“¹⁷¹

170 Vgl.: ARBEITSGEMEINSCHAFT DER LANDESMEDIENANSTALT IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hrsg.): Jahrbuch 2007. Berlin: Vistas, 2008. S.311. Online im WWW unter URL: http://www.alm.de/fileadmin/Download/ALM_Jahrbuch_2007_Druckversion.pdf [Format: PDF; Stand: 4.4.2008].

171 SCHULZE, Siegfried. Rede anlässlich der Tagung zum 1-jährigen Bestehen der Offenen Kanäle in Sachsen-Anhalt. 1999. IN: WIENGARN, Bettina: Bürgerbeteiligung in den Medien. Rede anlässlich der Preisverleihung zu „Bürgermedien und Internet“, 2002. S.4. Online im WWW unter URL: http://www.bok.de/doku/vortrag_wiengarn.pdf [Format: PDF; Stand: 8.7.2008].

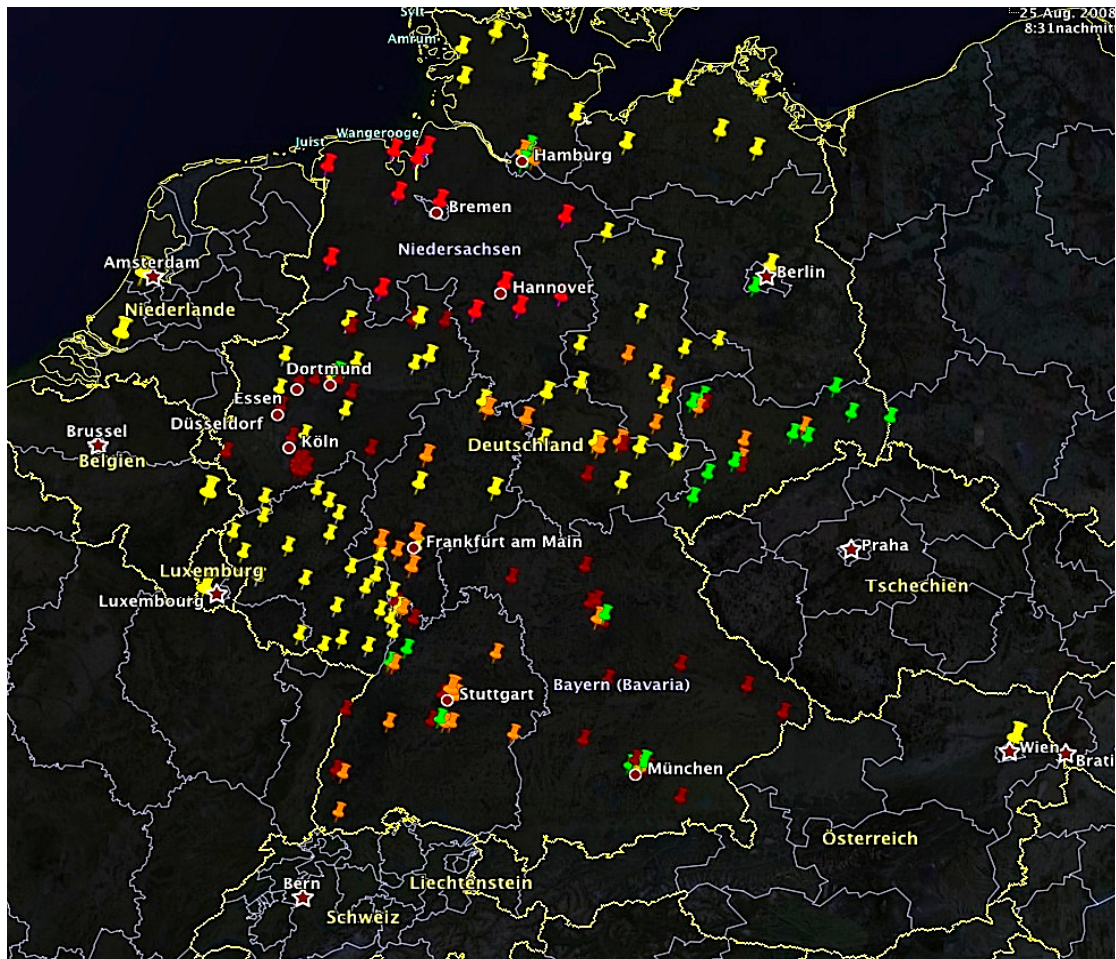


Abbildung 5: Übersicht der Bürgermedienlandschaft (Hörfunk und Fernsehen) in der Bundesrepublik Deutschland.¹⁷²

172 Legende: Gelb: Offene Fernseh- und Hörfunkkanäle; Grün: Aus-, Fortbildungs- und Erprobungs-kanäle (Fernseh und Hörfunk); Magenta: Bürgerrundfunk (Fernseh und Hörfunk); Dunkelrot: Hochschulmedien (Fernseh und Hörfunk); Orange: Nicht-kommerzielle Lokalradios (NKL).

4.3 Geschichte und Entwicklung von Bürgermedien in Österreich

In Österreich hat es bereits ab den 1970er Jahren konkrete Projekte zur Entwicklung alternativer, partizipativer und unabhängiger Medienarbeit gegeben, die damals einzigartig für den deutschsprachigen Raum waren und Vorbildcharakter (vor allem in Deutschland)¹⁷³ hatten. Die politisch aktiven Videogruppen in Österreich forderten einen freien Zugang zu Medien, Herstellung von Gegenöffentlichkeit, die Öffnung vielfältiger Kommunikationskanäle, die Vermittlung von Medienkompetenz, sowie die Realisierung emanzipatorischer Medientheorien. Pionierarbeit in der alternativen Videoarbeit leistete der gemeinnützige Verein „**Video Initiative Graz**“, der während der Tagung „Steirische Akademie: Publikum macht Programm“, mit der Absicht demokratische Medien zu entwickeln, hervorging. Die Video Initiative Graz kann als frühe Bildungsinitiative gesehen werden, die mitunter die Vermittlung von Medienkompetenz an sozial benachteiligten Gruppen anstrebte.¹⁷⁴

„Die Grazer Video-Initiative will z.B. Probleme bewußt machen im Dialog: sie will sie so aufbereiten, daß Betroffene Beiträge erstellen [...] 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 am besten dadurch, daß die Betroffenen selbst damit umzugehen lernen. Alphabetisierung ist also, wer das Medium aktiv kennt.“¹⁷⁵

Die Arbeit der Video Initiative Graz reichte von der Errichtung von Videokinos und Medienzentren, über Dokumentationen verschiedener Initiativen, bis hin zum Vorzeigeprojekt „**Arbeiter machen Fernsehen**“. Von 1979 bis 1980 sollten Fabrikarbeiter aus drei Steirischen Großbetrieben, ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen selbst darstellen und reflektieren. Dabei orientierte sich die Gruppe methodisch an die Aktionsforschung, die Lernprozesse in Gang setzen, sowie zu mehr Demokratie und allgemein zu gesellschaftlichen Veränderungen beitragen

173 In Deutschland bezog man sich in der Versuchsphase Offener Kanäle ausdrücklich auf die österreichische Videoarbeit. So würdigte Zacharias-Langhans, in seiner 1977 von der Bundeszentrale für politische Bildung in Auftrag gegebene Publikation „Bürgermedium Video“ die österreichischen Projekte und er ging sogar davon aus, dass Offene Kanäle in Österreich, aufgrund der positiven Rahmenbedingungen und der größeren Akzeptanz seitens der Bevölkerung, viel rascher umgesetzt werden als in Deutschland. Vgl.: SCHÜTZ, Johannes: Offene Kanäle in Österreich. Eine Vorgeschichte. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.65ff.

174 Vgl. Ebenda. Vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. 67f.

175 OBERREUTER, Heinrich: Der Offene Kanal. Anwalt ohne Anmaßung. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.66.

will.¹⁷⁶ Die vom Bundesministerium für Unterricht und Kunst und von der Steirischen Landesregierung unterstützte Initiative, kann als soziales Medienprojekt „von unten“ betrachtet werden, welches das Leben, den Arbeitsalltag und nicht zuletzt das Selbstverständnis bzw. die Identität des einzelnen Arbeiters zu vermitteln versuchte. Mit zunehmender Dauer des Projekts stellten die Verantwortlichen zahlreiche positive Veränderungen fest: so konnte eine Verbesserung der Kommunikation zwischen Arbeitern und unterschiedlichen Gesellschaftsschichten festgestellt werden, zudem beauftragte die Geschäftsführung diverse Maßnahmen zur Steigerung der Sicherheit und Lebensqualität am Arbeitsplatz. Und die vielfältigen Diskussionen nach den öffentlichen Vorführungen führten zu einer schnellen Behebung der Missstände seitens der Geschäftsführung. Trotz der bemerkenswerten Erfolge stellte die Video Initiative Graz ihre Arbeit 1982 ein und löste sich 1984 auf.¹⁷⁷

Kritisch hinzugefügt sei hier noch die Kurzsichtigkeit bzw. die mangelnde Bereitschaft der Verantwortlichen nicht an den gemachten (positiven) Erfahrungen der „Video Initiative Graz“ angeknüpft und weitere Initiativen dieser Art unterstützt bzw. entwickelt zu haben. Analog dazu schrieb Reinhard Pichler in seiner Diplomarbeit über das Wiener Hochschulfernsehen „UTV“:

„Doch auch die Projekte der Video-Initiative Graz konnten nicht verhindern, dass Österreich aufgrund seines medienpolitischen Stillstandes lange mit der Bezeichnung 'Medienalbanien' gebrandmarkt wurde. Im Nachhinein muss es als Versäumnis angesehen werden, dass diese Projekte nicht als Impulsgeber für weitere medienpolitische Öffnungen fungiert haben.“¹⁷⁸

1976 entstand das vom Institut für Informationsentwicklung (IFI) durchgeführte Projekt **„Lokales Fernsehen Burgenland“**. Die öffentlich subventionierte Initiative bestand aus 5 fixen MitarbeiterInnen und ca. 300 Freiwilligen. Die von der dortigen Bevölkerung selbst gestalteten Videos konnten von etwa 5.000 Zuschauern rezipiert werden. Da jedoch der ORF die Ausstrahlung untersagte, wurden die fertigen Filme mithilfe so genannter „Medienbusse“ in den diversen Ortschaften vorgeführt. Wenig später wurde das Projekt in die Steiermark verlegt, wo man zusammen mit der Video

176 Vgl.: SCHÜTZ, Johannes: Offene Kanäle in Österreich. Eine Vorgeschichte. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.65ff. Vgl. dazu auch: PICHLER, Reinhard: UTV Wien. Die medialen Metamorphosen des Wiener Universitätsfernsehens. Diplomarbeit, Universität Wien, 2005. S.7f. vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. S.68f.

177 Vgl.: Ebenda.

178 PICHLER, Reinhard: UTV Wien. Die medialen Metamorphosen des Wiener Universitätsfernsehens. Diplomarbeit, Universität Wien, 2005. S.8.

Initiative Graz für insgesamt 8 Monate das „**Lokales Fernsehen Steiermark**“ realisierte. In beiden Projekten dienten emanzipatorische Medientheorien als besonderes Vorbild: so forderten die Videogruppen im Rahmen der „Grazer Videotagung“, die „[...] Emanzipation der Bürger, demokratische Öffentlichkeit, eigenverantwortliche Gestaltung von Sendungen durch den Bürger, freien Zugang zu technischen Produktionsmitteln, ein offener Kanal, lokale Medienzentren in Selbstverwaltung und eine verbesserte Lehrerfortbildung [...]“.¹⁷⁹ Dank dieser Initiativen bekam eine relativ große Masse Zugang zu Medien und die Möglichkeit „ihre“ Themen aus der direkten Umgebung aufzugreifen, zu diskutieren und sie an eine lokale Öffentlichkeit zu vermitteln.¹⁸⁰

Es ist augenscheinlich, dass diese Projekte, die als erste österreichische Versuche alternativer und partizipativer Medienarbeit gewertet werden können, in ihren Forderungen und Konzeptionen, den heutigen Bürgermedien sehr ähnlich sind.

Ein weiterer wichtiger und bis heute existierender Ort für alternative, autonome Medienarbeit ist die „**Medienwerkstatt Wien**“. Der gemeinnützige Verein, bestehend aus zahlreichen politisch-, sozial- und künstlerisch aktiven Videogruppen, wurde 1978 als nicht-kommerzielles Videostudio gegründet. Damaliges Ziel war die Bereitstellung technischer Infrastruktur, um KünstlerInnen und MedienaktivistInnen eine professionelle Plattform zu bieten und die Schaffung einer Gegenöffentlichkeit zu ermöglichen. So entstand ein für alle zugängliches Medienzentrum und ab 1980 sogar ein offenes Studio. Man wollte ferner die unterschiedlichen Videogruppen vernetzen und die heimische „Alternativkultur“ (medial) unterstützen. Die Medienwerkstatt sieht sich selbst als „[...] eines der langjährigsten funktionierenden Modelle, das – als Künstlerkollektiv geführt – die permanente Weiterentwicklung der Medienkunst im technologischen wie im theoretischen Bereich reflektiert, vermittelt und mitbestimmt hat.“¹⁸¹ Heute umfasst die Arbeit der Medienwerkstatt nicht nur die Produktion, den Vertrieb und die Archivierung unabhängiger Multimediaproduktionen, sondern auch die Vermittlung von Medientheorie und -praxis durch ein breitgefächertes Angebot. Weiterhin ist die Bereitstellung von professionellem Equipment zur Herstellung und

¹⁷⁹ Ebenda., S.6-7.

¹⁸⁰ Vgl., Ebenda. Vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. S.64ff.

¹⁸¹ MEDIENWERKSTATT WIEN: Über uns. Online im WWW unter URL: www.medienwerkstatt-wien.at/info/index.php [Format: HTML; Stand: 3.10.2008].

Nachbearbeitung, sowie die Begleitung und Beratung von Produktion wesentlicher Bestandteil der Medienwerkstatt. Sie ist zu einer nicht mehr wegzudenkenden Institution für kreative, kritische und autonome Medienarbeit in Wien geworden.¹⁸²

Ein zusätzlicher, für die alternative Kunst- und Medienszene Österreichs wesentlicher Verein ist die „**Stadtwerkstatt Linz**“. Die ebenfalls noch heute bestehende Werkstatt entstand 1979 als unabhängiger Kulturverein mit dem Ziel, „[...] die kritische Auseinandersetzung mit den Bedingungen des Lebens in der Stadt und die Förderung kultureller Initiativen auf volksnaher Ebene“¹⁸³, zu schaffen. Die Stadtwerkstatt Linz experimentierte erst knappe zehn Jahre nach ihrer Gründung, nämlich während der Welser Filmtage, mit dem Medium Video. Trotz anfänglicher Schwierigkeiten mit dem Projekt „Starterkabel-Brucknerkanal“ während der Ars Electronica 1987, welches aufgrund des alleinigen Senderechts des ORF nicht realisiert werden konnte, entstanden in den folgenden Jahrzehnten unter dem Titel „**STWST-TV**“ zahlreiche angesehene Projekte. Die Stadtwerkstatt Linz förderte seit jeher das selbstständige Mitwirken und -gestalten der BürgerInnen, damit das Fernsehen – ganz im Sinne Brechts – nicht bloß ein unilaterales Kommunikationsmedium bleibt. Die Tätigkeit der Stadtwerkstatt Linz umfasst heute neben der Produktion von (Live-)Fernsehprojekten, auch praktische Schulungen und das Ausleihen von Equipment. Der gemeinnützige Verein leistet somit einen wichtigen Beitrag zur Bildung unabhängiger, kritischer und emanzipatorischer Medienarbeit in Österreich und verrichtet seit knapp 30 Jahren signifikante medienpädagogische Arbeit.¹⁸⁴

In den frühen 1980er Jahren wurde das Projekt „**Offenes Studio. Vorversuch Offener Kanal**“ im Rahmen des Forschungsauftrages „neue Medien“ des Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung durchgeführt, um Partizipationsmöglichkeiten für

182 Vgl., Ebenda. Vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. S.72ff. Vgl. dazu auch: PICHLER, Reinhard: UTV Wien. Die medialen Metamorphosen des Wiener Universitätsfernsehens. Diplomarbeit, Universität Wien, 2005. S.9.

183 STADTWERKSTATT LINZ: Chronologie. Online im WWW unter URL: <http://www.stwst.at/index.php?m=6&undsm=1> [Format: HTML; Stand: 3.10.2008].

184 Vgl.: STADTWERKSTATT LINZ: Chronologie. Online im WWW unter URL: <http://www.stwst.at/index.php?m=6&undsm=1> [Format: HTML; Stand: 3.10.2008]. Vgl. dazu auch: STADTWERKSTATT LINZ: Kunst. Entwicklung. Vermittlung. Struktur. Online im WWW unter URL: <http://www.servus.at/stwst/> [Format: HTML; Stand: 3.10.2008]. Vgl. dazu auch: PICHLER, Reinhard: UTV Wien. Die medialen Metamorphosen des Wiener Universitätsfernsehens. Diplomarbeit, Universität Wien, 2005. S.10-13. Vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. S.75ff.

Salzburg zu untersuchen. Zentrale Aufgabe war es herauszufinden, inwiefern sich neue Medien als Möglichkeit zur medialen Artikulation für die Bevölkerung eignen. Aus diesem Grund wurde in Salzburg ein Offenes Studio errichtet, das jedem Interessierten die Chance gab, unter Aufsicht professioneller Kommunikationsassistenten, selbst gestaltete und eigenverantwortlich produzierte Videobeiträge zu erstellen. Leider musste der „Vorversuch Offener Kanal“ aus finanziellen Gründen und aufgrund mangelnder Strukturen beendet werden.¹⁸⁵ Diesbezüglich stellten die Autoren des begleitenden Projektberichtes Peter Hueber et. al. ernüchternd fest:

„Ein ‚Bürgerfernsehen‘ dürfte solange eine Utopie bleiben, solange nicht auf der ‚Stufe darunter‘ eine ganze Menge passiert ist. Ohne eine offene, kommunikative Infrastruktur (zugängliche Produktionsmittel, lokale Medien- und Kulturzentren, medienpädagogische Angebote, Kommunikationshelfer, [...]) besteht unserer Meinung nach wenig Hoffnung darauf, daß der ‚Offene Kanal‘ im entsprechenden Sinn genutzt wird.“¹⁸⁶

Dieser wichtige Hinweis bzw. dieses (gescheiterte) Beispiel soll besonders vor dem Hintergrund der Untersuchung zur Umsetzung eines Offenen Kanals in Südtirol Beachtung finden. Denn es veranschaulicht, wie die frühzeitige Miteinbeziehung aller Beteiligten (von der Politik, über kulturelle Institutionen, bis hin zur Bevölkerung), die Schaffung notwendiger Strukturen und eine ausreichende Personalplanung, sowie eine genaue Konzeption wesentlich für den Erfolg eines Bürgermediums ist.

Ein weiteres Exempel für freie und partizipative Medienarbeit wurde 1994 vom Wiener Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften unter dem Titel „UTV“ initiiert. Anfänglich als internes Universitätsfernsehen gedacht (Stichwort: „Inhouse Report“) bekam UTV bald ein Sendefenster im Wiener Kabelsender „Wien 1“. Neben verschiedenen medienpädagogischen Workshops und Vortragsreihen, entwickelte UTV eine Internetplattform, auf der die jeweiligen Videobeiträge online präsentiert werden können. Außerdem produziert UTV seit Februar 2006 eine regelmäßige Magazinsendung auf „OKTO“, dem ersten Communitysender Österreichs. Das vielfältige Universitätsfernsehen UTV „[...]“ steht für

185 Vgl.: SCHÜTZ, Johannes: Offene Kanäle in Österreich. Eine Vorgeschichte. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.66. Vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. S.70f.

186 HUEBER, Peter / KANDBINDER, Eva / MAYR, Christian: Teilprojekt Offenes Studio. Vorversuch Offener Kanal. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.66.

Meinungsfreiheit und Meinungsvielfalt und versteht sich als Bereicherung und Ergänzung der österreichischen Medienlandschaft.“¹⁸⁷ Das seit 14 Jahren engagierte zugangsoffene, unabhängige und nicht-kommerzielle Universitätsfernsehen, ermöglicht nicht nur das Recht auf freie Meinungsäußerung, sondern leistet wertvolle medienpädagogische Arbeit und bietet allen interessierten StudentInnen eine Plattform, sowie Unterstützung zur Gestaltung audiovisueller Beiträge. Alles auch Eigenschaften die Offene Kanäle charakterisieren; so verwundert es kaum, dass sich UTV selbst als Offenen Kanal definiert.¹⁸⁸

Als grundlegender Meilenstein zur Ermöglichung von Bürgermedien in Österreich kann das **Urteil des Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR)**¹⁸⁹ vom 24.11.1993, welches zur Liberalisierung des österreichischen Fernsehmarktes führte, gesehen werden. Aufgabe der EGMR ist es, die Befolgung der Konventionen zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten (EMRK) von 1950 zu überprüfen. Nachdem diverse Anträge auf Erteilung einer Sendeerlaubnis von österreichischen Behörden und in der Folge vom Bundesverfassungsgerichtshof abgelehnt wurden, legte der „Informationsverein Lentia“, die „Arbeitsgemeinschaft Offenes Radio“, Wilhelm Weber, „Radio Melody GmbH“ und Jörg Haider¹⁹⁰ Beschwerde beim EGMR ein. Das Gericht entschied, dass die Monopolstellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunk den Marktzutritt jeglicher Konkurrenz unmöglich mache und demnach das Recht auf freie Meinungsäußerung gemäß Art. 10 EMRK¹⁹¹ verletze.

187 UTV. Universitätsfernsehen Wien: Grundsätze und Impressum. Online im WWW unter URL: <http://www.utv.at/utv/index.php> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008].

188 Vgl.: Ebenda. Vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. S.78f.

189 Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR): Informationsverein Lentia et.al. gegen Österreich. Straßburg, 1993. Online im WWW unter URL: <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?item=51undportal=hbkmundaction=htmlundhighlight=10undsessionid=14059912undskin=hudoc-en> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008].

190 „Lentia“ ist eine Vereinigung von Bewohnern eines Wohnkomplexes in Linz, die zur besseren Kommunikation untereinander die Installierung einer internen Kabelfernsehanlage beantragten. „Die Arbeitsgemeinschaft offenes Radio“ (AGORA), die bereits ein Radio in Italien betrieben, wollte 1989 eine nicht-kommerzielle, mehrsprachige Radiostation in Südkärnten gründen. Im Gegensatz zu den voranstehenden Initiativen wollten die Kläger „Radio Melody“ (Salzburg), Wilhelm Weber (Verbreitung seiner Privatradiotätigkeit von Italien nach Österreich) und der damalige FPÖ-Parteiboss Jörg Haider (Gründung eines Parteiradiosenders in Kärnten) Radiostationen zu kommerziellen Zwecken errichten. Vgl.: Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR): Informationsverein Lentia et.al. gegen Österreich. Straßburg, 1993. Online im WWW unter URL: <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?item=51undportal=hbkmundaction=htmlundhighlight=10undsessionid=14059912undskin=hudoc-en> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008]. Vgl. dazu auch: KELTNER, Roman: Medien- bzw. Meinungsvielfalt als Kriterium der Rechtsprechung des EGMR. S.3f. Online im WWW unter URL: http://www.it-law.at/uploads/tx_publications/keltner-medien.pdf [Format: PDF; Stand: 4.10.2008].

191 „Jeder hat Anspruch auf freie Meinungsäußerung. Dieses Recht schließt die Freiheit der Meinung und die Freiheit zum Empfang und zur Mitteilung von Nachrichten oder Ideen, ohne Eingriffe öf-

Durch die Auflösung des Monopols des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich, besiegelt durch das Urteil des Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte und der im Jahre 2001 durchgesetzten rechtlichen Rahmenbedingungen (Privatfernsehgesetz), wurden notwendige Voraussetzungen für die Entwicklung von Bürgermedien geschaffen.

In der Folge gründeten sich verschiedene Interessensgruppen, wie beispielsweise die Arbeitsgemeinschaft **„Arge Freie Frequenzen Offene Kanäle“**, ein Kollektiv von KünstlerInnen und Kulturschaffenden, die die Nutzung von freien Rundfunkfrequenzen und die Errichtung von Bürgermedien forderten. Zusammen mit der Lehrkanzlei für Kommunikationstheorie organisierten sie 1993 das **Symposium „Fernsehen der 3. Art“** an der Hochschule für angewandte Kunst in Wien. Die von zahlreichen VertreterInnen der Bürgermedienszene besuchte Konferenz (so waren u.a. die STWST Linz, Medienwerkstatt Wien, Franz Xaver, der Offener Kanal Hamburg und Bremen, sowie weitere internationale Teilnehmer anwesend) kann als bedeutender Impuls für die Etablierung freier Rundfunkmedien in Österreich gewertet werden.¹⁹²

Ferner schlossen sich im Jahre 2000 verschiedene Theater-, Film- und MedienwissenschaftsstudentInnen zum **„Arbeitskreis Offene Kanäle Österreich“** (AOKÖ) zusammen, um den Anschluss an die internationale Fortschritt im Bereich Medienpartizipation zu fordern und die Umsetzung von Bürgermedien auch in Österreich zu erzielen.¹⁹³

Schließlich war im Jahre 2001 auch die Politik – namentlich die SPÖ und die Grünen – gewillt, die Schaffung und Finanzierung von Bürgermedien durch die Stadt Wien, aktiv zu fördern. Wichtiger Ausgangspunkt zur Umsetzung eines derartigen Projekts in Wien war eine vom Presse- und Informationsdienst Wien in Auftrag gegebene Machbarkeitsstudie.¹⁹⁴ Die im Jahre 2003 von AOKÖ-Gründer Johannes Schütz et. al.

fentlicher Behörden und ohne Rücksicht auf Landesgrenzen, ein. Dieser Artikel schließt nicht aus, daß die Staaten Rundfunk-, Lichtspiel- oder Fernsehunternehmen einem Genehmigungsverfahren unterwerfen.“ Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK): Artikel 10, Absatz 1. 1950. Online im WWW unter URL: <http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/AAmt/PolitischesArchiv/DokumenteUndVertraege/501104-EuroMenReKony-pdf.pdf> [Format: PDF; Stand: 4.10.2008].

192 Vgl.: RECK, Ulrich (Hrsg.): Fernsehen der 3. Art. Eine Publikation der Lehrkanzlei für Kommunikationstheorie anlässlich des Symposiums „Fernsehen der Dritten Art“. Wien: Hochschule für Angewandte Kunst, 1994. Vgl. dazu auch: KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmustern in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001. S.86ff.

193 Vgl.: ARBEITERKREIS OFFENER KANÄLE ÖSTERREICH (AOKÖ): AOKÖ stellt sich vor. Online im WWW unter URL: <http://www.offener-kanal.at/> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008].

194 Die rechtzeitige Durchführung einer derartigen Studie wäre in Bezug auf die Einführung eines Offenen Kanals in Südtirol auf jeden Fall zu empfehlen.

verfasste „**Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien**“ stellte nicht nur eine umfangreiche Informationsquelle zu Geschichte und Charakteristiken, verschiedenen Organisations- und Strukturformen, sowie zahlreichen Aufgaben und Funktionen von Bürgermedien dar. Sie ist eine wesentliche Grundlage um technische, rechtliche, finanzielle und organisatorische Fragen zur Umsetzung eines Offenen Kanals zu analysieren und theoretisch, wie praktisch aufzuarbeiten.

Nachdem die Finanzierung für Betrieb und Infrastruktur vom Community-Sender „**OKTO**“ in Höhe von jährlich 980.000 Euro für die ersten drei Jahre von der Stadt Wien gesichert wurde¹⁹⁵, gründete man Anfang 2004 einen gemeinnützigen Trägerverein, der folgendes bezwecken soll:

- „die Freiheit der Meinungsäußerung zu wahren,
- die Erhöhung der Pluralität in der Wiener Medienlandschaft,
- die Ermutigung eines zivilgesellschaftlichen medialen Diskurses,
- die Förderung des demokratiepolitischen Bewusstseins in der Bevölkerung,
- die Förderung des kulturellen Diskurses in der Bevölkerung,
- die Förderung zivilgesellschaftlicher Communities,
- die möglichst breite Vermittlung von Medienkompetenz in der Bevölkerung.“¹⁹⁶

Die finanziellen Mittel werden neben den Subventionen der Stadt, durch Spenden, Erlöse aus Veranstaltungen, Mitgliedsbeiträge und Publikationen gesichert. Die operative Tätigkeit liegt bei der gemeinnützigen „Community TV-GmbH“. Als Geschäftsführer wurde Christian Jungwirth, ehemaliger Vorstandsvorsitzender des freien, nicht-kommerziellen Bürgerradios „Radio Orange 94.0“ und als Programmintendanz Barabara Eppensteiner, langjährige Leiterin des Medienzentrums „wienextra“ vorgesehen. Der Senders wurde zur Einschränkung des Hafttrisikos in einem gemeinnützigen Verein als Herausgeber, sowie „Infrastrukturverwalter“ und einer gemeinnützigen GmbH als Medieninhaberin gegliedert.¹⁹⁷

Der 2005 erstmals *on-air* gegangene Sender verfügt derzeit über 21 MitarbeiterInnen die rund 500 ProduzentInnen bzw. rund 70 Gruppen betreuen.¹⁹⁸ Die Konzeption des Senders steht laut Geppl et. al. zwar in der Tradition klassischer Offener Kanäle – so

195 Vgl.: DIE GRÜNEN WIEN: 23 grünrote Projekte für Wien. Online im WWW unter URL: http://archiv.wien.gruene.at/23_gruene_projekte/kultur.html [Format: HTML; Stand: 5.10.2008].

196 OKTO: Verein. Online im WWW unter URL: <http://okto.tv/verein/> [Format: HTML; Stand: 5.10.2008].

197 Vgl.: OKTO: Allgemeine Informationen. Online im WWW unter URL: http://files.okto.tv/data/presse/0605_Okto_Information.pdf [Format: PDF; Stand: 5.10.2008].

198 Vgl.: OKTO: MitarbeiterInnen. Online im WWW unter URL: <http://okto.tv/uber-okto/uber-uns-kontakt/> [Format: HTML; Stand: 5.10.2008].

ist der offene, diskriminierungsfreie Zugang, die Partizipationsmöglichkeit, die Medienkompetenzvermittlung, sowie die Nicht-Kommerzialität und die Unabhängigkeit des Senders auch für OKTO kennzeichnend – doch der Communitykanal ist von seiner Ausrichtung bewusst von Offenen Kanälen abgegrenzt.¹⁹⁹ Zudem unterscheidet sich die Fernsehstation schon auf Grund der besonderen medienrechtlichen Rahmenbedingungen der Alpenrepublik von den Bürgermedien des Nachbarlandes. Denn „[i]n 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.“²⁰⁰ Somit ist das Privatfernsehgesetz von 2001 die rechtliche Grundlage des als Kapitalgesellschaft betriebenen Community-Kanals.²⁰¹

Eine weitere Besonderheit des Senders, der eigentlich im Kontrast zur ursprünglichen Idee von Offenen Kanälen steht, ist die Einflussnahme auf die Programmgestaltung zur Qualitätssicherung seitens der Sendeleitung. So kommt es laut Geppl et. al. beispielsweise „[...] zu gestalterischen Eingriffen seitens der Okto-Leitung und der MitarbeiterInnen, wodurch die Freiheit der ProduzentInnen, im Vergleich zu den offenen Kanälen, beschränkt wird.“²⁰² Diese Einflussnahme hat folgende Gründe:

„Okto grenzt sich nun, trotz ideeller Verbundenheit, bewusst von diesem ursprünglichen Konzept Offener Kanäle ab. Okto will nicht nur den partizipativen Zugang zur Sendungsproduktion ermöglichen, sondern über das Setzen von gestalterischen und organisatorischen Maßnahmen seitens der Senderleitung, den sendenden Personen auch eine gewisse ZuseherInnenzahl bieten [...] Der sich hier manifestierende Anspruch auf Professionalität steht [...] im Spannungsverhältnis zur Ursprungsidee offener Kanäle.“²⁰³

Trotz der (durchaus verständlichen) Rezipientenorientierung und den Bemühungen um qualitative Programme des Wiener Community Senders – oder wie ihn Schütz nennt

199 Vgl.: GEPPL, Monika / KREUCH, Gerhard / LUDESCHER, Martin: Professionalität im „Offenen Kanal“. Okto – ein Widerspruch? Schriftenreihe des Forschungsbereiches Wirtschaft und Kultur, Nr.9. Wirtschaftsuniversität Wien, 2007. S.4. Online im WWW unter URL: http://epub.wu-wien.ac.at/dyn/virlib/wp/mediate/epub-wu-01_d23.pdf?ID=epub-wu-01_d23 [Format: PDF; Stand: 11.5.2008].

200 OKTO: Ist OKTO ein “Offener Kanal”? Online im WWW unter URL: http://okto.tv/?page_id=25 [Format: HTML; Stand: 5.10.2008].

201 Vgl.: GEPPL, Monika / KREUCH, Gerhard / LUDESCHER, Martin: Professionalität im „Offenen Kanal“. Okto – ein Widerspruch? Schriftenreihe des Forschungsbereiches Wirtschaft und Kultur, Nr.9. Wirtschaftsuniversität Wien, 2007. S.30. Online im WWW unter URL: http://epub.wu-wien.ac.at/dyn/virlib/wp/mediate/epub-wu-01_d23.pdf?ID=epub-wu-01_d23 [Format: PDF; Stand: 11.5.2008].

202 Ebenda., S.68.

203 Ebenda., S.4.

„[...] eine Art von Stadtfernsehen, wo die Verantwortung in der Redaktion liegt“²⁰⁴ – kann OKTO als sehr erfolgreiches und produktives Ergebnis langjähriger politischer, rechtlicher und finanzieller Diskussionen und Überzeugungsarbeit bewertet werden. Obwohl es in Österreich zahlreiche, bereits früh durchgeführte Projekte gab, blieben sie mit Ausnahme von vereinzelt, meist zeitlich-begrenzten Vorhaben, nicht bestehen. Nichtsdestotrotz sollen diese Videoinitiativen als „Vorkämpfer“ des ersten Communitysenders Österreichs gewürdigt werden. Dank des Einlenkens der EU im Jahre 1993, sowie dem Einsatz diverser Interessensgruppen und des politischen Entschlusses der SPÖ und Grünen, konnte schließlich auch in Österreich der Rundfunk entmonopolisiert und der Weg für einen offenen, nicht-kommerziellen und partizipativen Communitykanals geebnet werden.

4.4 Die Mediensituation in Italien

Das vom römischen Verfassungsgerichtshof 1975 aufgelöste Monopol des öffentlich-rechtlichen Rundfunks „Radiotelevisione Italiana“ (RAI) eröffnete die Entstehung privat-kommerzieller Fernsehstationen in Italien. In den Folgejahren entstand ein explosionsartiges Wachstum von privaten Fernsehanbietern, da im damaligen Mediengesetz die Vergabe der Frequenzen nicht genügend reglementiert war. Erst das im Jahre 1990 erlassene Mediengesetz „**Legge Mammi**“ ordnete den Rundfunkbereich. Besonders relevant ist dabei Artikel 1 dieses Gesetzes, welches die Distribution von Rundfunkprogrammen, gleichgültig ihrer technischen Verbreitung, als von vorrangigem Interesse für die Öffentlichkeit ansieht. Ferner sollen die fundamentalen Prinzipien Pluralismus, Objektivität, Vollständigkeit und Unparteilichkeit der Information, die Offenheit anderer Meinungen, sowie der Zugang aller politischen, gesellschaftlichen, kulturellen und religiösen Strömungen unter Achtung der Freiheit und der verfassungsmäßig garantierten Rechte, das Rundfunksystems charakterisieren.²⁰⁵ Schon damals hatte der heutige Ministerpräsident Silvio Berlusconi, mit den drei privat-kommerziellen Sendern Canale 5, Rete 4 und Italia 1, eine mächtige Stellung im privaten Rundfunkbereich. Doch seine kontroverse, wie einmalige mediale und politische Herrschaft war damals erst im Entstehen begriffen.

204 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AKÖK). Interview am 14.10.2008 in Wien.

205 Vgl.: Corte suprema di cassazione: Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato. Legge 6, Nr. 223, Art.1. 1990. Online im WWW unter URL: http://www.italgiure.giustizia.it/nir/lexs/1990/lexs_310817.html [Format: HTML; Stand: 22.10.2008].

Allgemein (und diplomatisch) formuliert ist die Situation der Medien in Italien seit jeher äußerst kritisch. Die Verstrickung zwischen Politik und Medien, die umstrittenen Mediengesetze, hohe Medienkonzentration und niedrige Informations- und Meinungsvielfalt, eine dualistische statt pluralistische Mediensituation, sowie die problematische Stellung des öffentlich-rechtlichen Senders RAI, sind kennzeichnend für die italienischen Medien. So erstaunt es wenig, dass Italien im alljährlichen Bericht über das Ausmaß demokratischer Freiheit der US-amerikanischen Organisation „Freedom House“²⁰⁶ 2008 nur auf Rang 65²⁰⁷ (zwischen Süd Afrika und Samoa) rangiert. Die Studie bringt des Weiteren zum Ausdruck, dass die **Meinungs- und Pressefreiheit in Italien** zwar konstitutionell garantiert sei, dass das Land jedoch eine unüblich hohe Medienkonzentration aufweist. So kontrollierte der ehemalige (bzw. mittlerweile wiedergewählte) Ministerpräsident Berlusconi während seiner Amtszeit 2001 – 2006 durch seine politische Machtposition und seiner Holding „Mediaset“, die zur „Fininvest“-Gruppe gehört, 90 % des italienischen Rundfunks.²⁰⁸

Die NGO „Reporter ohne Grenzen“ stufte Italien in der jährlichen Wertung der Pressefreiheit 2002 auf Platz 40, als letztes der 15 EU-Staaten, 2003 auf Position 53 und schließlich 2006 auf Rang 40, zwischen Panama und El Salvador ein.²⁰⁹ Auf der Website des Open Society Institute „Media Policy.org“ wird der italienischen Rundfunk sogar als wahrscheinlich am „monopolistischen“ in Westeuropa bezeichnet.²¹⁰ Auch die Europäische Union beobachtet die Situation der Medien in Italien schon seit Jahren mit Sorge. „Die beherrschende Stellung des Berlusconi-Konzerns führe zu einer einzigartigen Kombination von wirtschaftlicher, politischer und medialer Macht. Die Konzentration auf dem audiovisuellen Markt sei in Italien der höchste in Europa“²¹¹ Schließlich verwies der 2007 verabschiedete Bericht des

206 FREEDOM HOUSE: Global Press Freedom 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.freedomhouse.org/uploads/fop08/FOTP2008Tables.pdf> [Format: PDF; Stand: 22.10.2008].

207 2006 war Italien noch auf Platz 79 (mit Botswana). Die Freiheit der Presse wurde als nur „teilweise frei“ bewertet. Vgl.: Ebenda.

208 „Freedom of speech and the press is constitutionally guaranteed in Italy. However, under the government of Silvio Berlusconi, the country suffered from an unusually high concentration of media ownership. The former prime minister, through his private holdings and political power over state television networks, controlled 90 percent of the country’s broadcast media during his 2001–2006 premiership.“ Ebenda., S.108.

209 Vgl.: REPORTERS WITHOUT BORDERS. Annual worldwide press freedom index 2002, 2003, 2004, 2005, 2006. Online im WWW unter URL: <http://www.rsf.org> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

210 „[...] probably the most monopolised [broadcasting sector; *Anm. d. Verf.*] in western Europe.“ MEDIA POLICY.ORG: Italy report released: after non-reforms, all eyes on Berlusconi. Online im WWW unter URL: <http://www.mediapolicy.org/tv-across-europe/tv-across-europe-follow-up-reports-2008-italy> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

211 DER SPIEGEL: Italienische TV-Präsidentin tritt zurück. 04.05.1004. Online im WWW unter URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0.1518.298347.00.html> [Format: HTML; Stand:

Ausschusses für Kultur und Bildung (CULT) explizit auf „[...] die Gefahren der Verletzung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit (Artikel 11 Absatz 2 der Charta der Grundrechte) in der EU, vor allem in Italien“ hin.²¹²

Im Gegensatz zur Presse, die mit durchschnittlich 90 Tageszeitungen und insgesamt nur 5 Millionen Lesern als sehr gering eingeschätzt wird,²¹³ ist das Fernsehen mit einer Nutzung – laut dem Sozialforschungsinstitut „Censis“ – von 96,4% im Jahre 2007²¹⁴ eindeutig das beliebteste Medium der ItalienerInnen. In einem Land, in dem die Hauptinformations- und Unterhaltungsquelle das Fernsehen ist, wirkt sich die politische und mediale Macht durch die Doppelrolle des viermaligen Ministerpräsidenten und Mediaset²¹⁵-Gründers Berlusconi, besonders negativ aus. Im „Television across Europe: Follow-up Reports 2008“, welches u.a. vom „EU Monitoring and Advocacy Program“ (EUMAP) herausgegeben wurde, kritisierte man die Tatsache, dass der Ministerpräsident die drei größten kommerziellen Fernsehstationen besitzt.²¹⁶ Dieser **Interessenskonflikt** bzw. diese **mangelnde Trennung von Politik und Medien** hat nach Ansicht der „Reporter ohne Grenzen“ zur Folge, dass die italienischen Medien nie wirklich frei bzw. unabhängig von politischen Einflüssen waren und sind.

„The very close links between politics, the economy and the news media were an Italian characteristic long before Berlusconi became prime minister [...] but the concentration of political and broadcasting power in a single person's hands is unprecedented. This [...] constitutes a real threat for the autonomy of public television“²¹⁷

24.10.2008].

212 RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0/DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

213 Vgl.: BBC News: The press in Italy. 31.10.2006. Online im WWW unter URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4373775.stm> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

214 Vgl.: CENSIS (Centro Studi Investimenti Sociali): Rapporto annuale 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.censis.it/277/280/339/6366/6368/6378/content.asp> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

215 2007 erreichte „Mediaset“ zusammen einen Marktanteil von 40,6% (die 3 RAI-Kanäle erreichten 41,7%) und einen Umsatz von 4,082 Milliarden Euro. VGL.: INSTITUT FÜR MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSPOLITIK: Mediendaten „Mediaset SpA“. 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-mediengkonzerne/mediaset-spa.html#c611> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

216 Vgl.: OPEN SOCIETY INSTITUTE / EU MONITORING AND ADVOCACY PROGRAM: Television across Europe: Follow-up Reports 2008. Budapest/New York: Q.E.D., 2008. Online im WWW unter URL: http://www.mediapolicy.org/tv-across-europe/follow-up-reports-2008-country/italy-web.pdf/pdf/at_download/file [Format: PDF; Stand: 25.10.2008].

217 BLATMANN, Soria: A media conflict of interest: anomaly in Italy. Reporter without borders, 2003. S.14. Online im WWW unter URL: <http://www.rsf.org/IMG/pdf/doc-2080.pdf> [Format: PDF; Stand: 25.10.2008].

Diese reale Bedrohung für die Meinungs- und Informationsfreiheit widerspiegelt sich auch in zahlreichen Anschuldigungen, die Berlusconi der Zensur bezichtigen. So beanstandete der Londoner „Index on Censorship“ mit Besorgnis, dass der italienische Regierungschef eine noch nie da gewesene Macht der Zensur in die Praxis umgesetzt hat und dass Medien und Regierung in Händen einer Person liegen.²¹⁸ Der reichste und mächtigste²¹⁹ Mann Italiens soll sich ferner mit „seiner“ Mediaset und der RAI abgesprochen haben, damit Berichterstattungen zu seinen Gunsten verlaufen.²²⁰

Auch die staatliche „**Radiotelevisione Italiana**“ kann sich dem Einfluss des „Medienzaren“ Berlusconi nicht entziehen. Diese war jedoch noch nie ein öffentlich-rechtliches Korrektiv zu den privat-kommerziellen „Mediaset“-Kanälen. Schon seit jeher ist der politische Einfluss, u.a. durch die so genannte „*lottizzazione*“ (parteiübergreifende Ämteraufteilung), auf die RAI enorm. So werden die Schlüsselpositionen des Senders von den jeweiligen Regierungsparteien ausgewählt. Die Fernsehstation wird durch einen fünfköpfigen Verwaltungsrat kontrolliert, davon werden drei Sitze von der Regierungspartei und zwei von der Opposition ernannt. Die mangelnde Unabhängigkeit von Politik, die unzureichende Ausführung des öffentlichen Auftrags, die eindeutige Parteicouleur diverser MitarbeiterInnen, sowie die Einführung des umstrittenen „Gasparri“- Mediengesetzes veranlasste die ehemalige Präsidentin der RAI, Lucia Annunziata, ihr Amt niederzulegen. Sie protestierte gegen die Besetzung des Senders und seine unrechtmäßigen Verhältnisse. Die RAI reflektiere – laut Annunziata – hauptsächlich die Meinungen Berlusconis.²²¹ Aus ähnlichen Gründen kündigte 2004 auch die ehemalige Moderatorin der Hauptabendnachrichten von „RAI Uno“ Lilli Gruber. Ihrer Meinung nach verletzte der

218 Vgl.: THE GUARDIAN: Censorship 'award' for Berlusconi. 22.03.2002. Online im WWW unter URL: <http://www.guardian.co.uk/media/2002/mar/22/pressandpublishing.broadcasting> [Format: HTML; Stand: 25.10.2008].

219 Der Einfluss des „Calvaliere“, wie er in Italien genannt wird, geht weit über die Fernsehlandschaft hinaus: so besitzt er mehrere Hundert Unternehmen, u.a. zahlreiche Printmedien, Radiostationen, zwei der wichtigsten Verlagshäuser „Mondadori“ und „Einaudi“, „neue Medien“ (R.T.I. Interactive Media), Vertriebsgesellschaften für Filme und Videos, Werbefirmen (Publitalia), Produktions- und Verleihgesellschaften („Medusa“), eine Kinokette, sowie den Fussballverein „AC Milan“.

220 Vgl.: DIE PRESSE: Italien: TV-Sender sollten positiv über Berlusconi berichten. 22.11.2007. Online im WWW unter URL: <http://diepresse.com/home/kultur/medien/344934/index.do> [Format: HTML; Stand: 25.10.2008].

221 Vgl.: BBC News: Italy media boss quits in protest. 04.05.2004 Online im WWW unter URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/3683843.stm> [Format: HTML; Stand: 26.10.2008]. Vgl. dazu auch: KURP, Matthias: Berlusconis Medien-Alleinherrschaft. 06.05.2004. Online im WWW unter URL: http://www.medienmaerkte.de/artikel/unternehmen/040605_berlusconi.html [Format: HTML; Stand: 26.10.2008].

ungelöste Interessenskonflikt die italienische Demokratie.²²² Die gebürtige Südtirolerin beklagte, dass „[...] in den zwanzig Jahren, die ich in der RAI war, [habe ich; *Anm. d. Verf.*] noch nie eine solche Gleichschaltung der Information erlebt.“²²³ Weiters bekräftigte sie: “Es gibt viel zu viel Manipulation und viel zu viel Zensur von Seiten der Regierung“²²⁴

2004 gelang es Berlusconi zudem seine Macht durch das „**Gasparri-Gesetz**“ noch weiter zu vergrößern. Die umstrittene Verordnung soll *offiziell* lediglich den Besitz von Medienunternehmen neu regulieren und den Umstieg zum digitalen Fernsehen ebnen. Doch es soll zum einen die erlaubten Einnahmen aus der Fernsehwerbung erhöhen, ohne die Grenze zu überschreiten, wonach Einzelpersonen nicht mehr als 20 Prozent des Marktes kontrollieren dürfen und Privatfernsehsendern auch den Zutritt ins Zeitungs- und Verlagsgeschäft gewähren. Zum anderen setzt es das Urteil außer Kraft, welches Berlusconi vorschrieb, bis Ende des Jahres seinen landesweiten TV-Sender Rete 4 in einen Satellitensender umzuwandeln. Schließlich sieht das Gesetzespaket auch die Privatisierung der RAI vor.²²⁵ Die Europäische Union reagierte äußerst kritisch auf das neue Mediengesetz. Sie ließ folgende Nachricht verlauten:

„Nach Ansicht der Kommission steht die italienische Gesetzgebung nicht mit dem EG-Recht in Einklang, da sie die Bereitstellung von Rundfunkdiensten in unzulässiger Weise einschränke und bestehenden analogen Betreibern ungerechtfertigte Vorteile einräume.“²²⁶

Es ist wohl einzigartig in Europa, dass ein Mediengesetz einerseits die fundamentalen Prinzipien des Rundfunksystems, nämlich die Garantie der Freiheit und Vielfalt der

222 Vgl.: BBC News: Italy media boss quits in protest. 04.05.2004 Online im WWW unter URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/3683843.stm> [Format: HTML; Stand: 26.10.2008].

223 BAUER, Dominik: Medienimperium Italien. Premier und Medienzar Berlusconi. 04.08.2004. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/politik/bibliothek/p22_BaurDominik.html [Format: HTML; Stand: 26.10.2008].

224 Ebenda.

225 Vgl.: Ministero dello sviluppo economico (comunicazioni). Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI - Radiotelevisione italiana S.p.A. Legge 3, Nr. 112, Art. 3, Absatz 1. 2004. Online im WWW unter URL: http://www.comunicazioni.it/binary/min_comunicazioni/normativa/L112_2004.pdf [Format: PDF; Stand: 27.10.2008]. Vgl. dazu auch: DER SPIEGEL: „Massgeschneidert für Berlusconi“. 02.12.2003. Online im WWW unter URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,276628,00.html> [Format: HTML; Stand: 27.10.2008]. Vgl. dazu auch: FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG: „Gesetz der Schande“. 2003. Online im WWW unter URL: <http://www.faz.net/s/RubFC06D389EE76479E9E76425072B196C3/Doc~E03B54C1-DED9A4397ACC06255E442E8A5~ATpl~Ecommon~Scontent.html> [Format: HTML; Stand: 27.10.2008]. Vgl. dazu auch: POLITIK-DIGITAL.DE: Steiniger Weg nach Digitalien. 2008. Online im WWW unter URL: <http://politik-digital.de/steiniger-weg-nach-digitalien> [Format: HTML; Stand: 27.10.2008].

226 EUROPÄISCHE KOMMISSION: Aufforderungsschreiben an Italien wegen Vorschriften für elektronische Kommunikation. 2006. Online im WWW unter URL: <http://merlin.obs.coe.int/iris/2006/8/article5.de.html> [Format: HTML; Stand: 28.10.2008].

Medien, den Schutz der Meinungs- und Redefreiheit für Jedermann/Jederfrau, die Objektivität, Vollständigkeit und Offenheit gegenüber anderen Meinungen, sowie die Aufrichtigkeit und Unabhängigkeit (!) der Informationen unterstreicht;²²⁷ andererseits jedoch mit dieser Verordnung die Freiheit, Souveränität und Vielfalt der Medien gefährdet und den Einfluss des Medientycoon und Ministerpräsidenten Berlusconi verstärkt. Trotz Veto des Staatspräsidenten Ciampi 2003 und mehrmaliger Androhung der EU, Italien vor dem Europäischen Gerichtshof zu klagen, wurde und wird die italienische „Anomalie“ im Mediensektor weiterhin geduldet.²²⁸

Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass auch der **Bürgermedienbereich** in Italien wenig zufriedenstellend ist. Obwohl die, bereits am Anfang dieses Kapitels angeführte Studie „The State of community media in the European Union“ die Bürgermedienlandschaft in Italien ziemlich positiv – auf der selben Stufe mit Schweden (!) – einschätzt, muss man bedenken, dass der in der Studie verwendete, weit gefasste (Sammel-)Begriff „community media“ alle Bürgermedien, also auch Bürgermedien im Hörfunkbereich inkludiert.²²⁹ Dem Land werden hohe Aktivitäten im Bürgermediensektor attestiert obwohl die Autoren, nach eigenen Angaben, keine Fakten und Zahlen („hard data“) von italienischer Seite bekommen haben. In dieser Studie werden zwar die unzähligen Bürgerradios (insgesamt mehr als 100 Stationen) erwähnt, doch die Tatsache, dass es in ganz Italien keinen einzigen offiziellen Offenen Kanal gibt, wurde verschwiegen.²³⁰ Denn laut Stellungnahme des Ministeriums für wirtschaftliche Entwicklung („Ministero dello Sviluppo Economico“) – auf Anfrage des Autors im Juli 2008 – **gibt es in Italien derzeit keine offiziell**

227 Vgl.: Ministero dello sviluppo economico (comunicazioni). Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI - Radiotelevisione italiana S.p.A. Legge 3, Nr. 112, Art. 3, Absatz 1. 2004. Online im WWW unter URL: http://www.comunicazioni.it/binary/min_comunicazioni/normativa/L112_2004.pdf [Format: PDF; Stand: 27.10.2008].

228 Dazu stellt der Südtiroler EU-Parlamentarier und Athesia Direktor Ebner folgendes kritisch fest: „Der Trubel um das Gasparri Gesetz lehrt, dass in Italien die Kombination wirtschaftlicher, politischer und medialer Macht den Wettbewerb auf den Fernsehmarkt zugunsten einiger Sender deutlich einschränkt haben. Italien wurde mehrmals ermahnt massiv in die Medienpolitik einzugreifen, hat aber noch nicht ausreichend zufrieden stellende Ergebnisse erhalten.“ EBNER, Michl: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 28.1.2009.

229 „[...] the term CM is defined as media that are non-profit owned by or accountable to the community that they seek to serve. CM are open to participation in programme making and management by members of the community“ Der Ausdruck ‘Community media’ wird als nicht-kommerziell definiert und sie werden getragen bzw. stehen unter der Verantwortung der Gemeinde der sie dienen. ‘Community medias’ sind zugangsoffen für die Mitglieder der Gemeinde, im Hinblick auf die Produktion und Leitung des Mediums.“ KERN EUROPEAN AFFAIRS (KEA): The State of community media in the European Union. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. S.19. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/activities/expert/eStudies.do?language=EN> [Format: PDF; Stand: 12.09.2008].

230 Ebenda., S.14.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass es in Italien keine alternative Medienarbeit „von unten“ gibt. Politisch-motivierte und meist illegale Medien haben dort, vor allem im Radiobereich der 1960er und 1970er Jahre (Stichwort: „Radio Alice“, „Radio Popolare“) eine lange Tradition. Heute existieren zwar immer noch relativ viele Projekte, die aber den Ideen staatlich geförderter Bürgermedien nach deutschem Vorbild nur begrenzt entsprechen. So sind neben zahlreichen zugangsoffenen, partizipativen **Web-TV's** und **Hochschulrundfunkstationen**, in den letzten Jahren vor allem Piratensender, so genannte „**Telestreets**“ entstanden. Diese „hausgemachten“ und untereinander gut vernetzten Straßenfernsehsender besitzen eine äußerst geringe Reichweite, meist nur ein paar Häuserblöcke, weshalb sie auch als „micro TV's“ oder „short circuit TV's“ bezeichnet werden und sie sind vorwiegend im städtischen Bereich zu finden. Die „Telestreets“, die ihre Programme auf ungenutzten Frequenzen bzw. im „Schatten“ großer terrestrischer Sender (ohne mit diesen zu interferieren) verbreiten, verstehen sich als kreative, revolutionäre Bewegung, welche eine demokratische, nicht-kommerzielle und freie „many-to-many“ Kommunikation anstrebt. Weiteres Anliegen ist es eine Gegenöffentlichkeit bzw. ein Gegengewicht zu Berlusconis TV-Imperium herzustellen und einen Rollenwechsel vom passiven Konsumenten zum aktiven Produzenten einzuleiten. Die außerhalb des Fernsehrechts stehenden „Telestreets“ berufen sich auf das Recht auf Meinungsfreiheit. Ihre Tätigkeit wird im Artikel 21²³² der italienischen Verfassung – das Pendant zum US-amerikanischen „First Amendment“ und zu Artikel 5 des deutschen Grundgesetzes – legitimiert. Eine der ersten Straßensender „Orfeo TV“ wurde 2002 in Bologna, von ehemaligen „Radio Alice“ Mitgliedern, gegründet. Heute existieren mittlerweile über Hundert „Telestreets“, die jedoch ständig mit dem Mediengesetz in Konflikt geraten, wie beispielsweise „Disco Volante TV“ oder das sizilianische Arbeiterfernsehen „Telefabbrica“.²³³

231 „Buongiorno, in Italia non abbiamo canali aperti. Cordiali Saluti. Ministero dello sviluppo economico URP delle comunicazioni.“ Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung. Mail vom 4.Juli 2008.

232 „Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione.“ Costituzione della Repubblica Italiana. 1. Abschnitt. Teil 1. Art. 21. 1947. Online im WWW unter URL: <http://www.quirinale.it/costituzione/costituzione.htm> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008].

233 Vgl.: PASQUINELLI, Matteo: The public is not for sale - The street television movement in Italy. Online im WWW unter URL: <http://www.servus.at/VERSORGER/64/telestreet.html> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008]. Vgl. dazu auch: ALTRA TV: Netzwerk von italienischen „Telestreets“. Online im WWW unter URL: <http://www.altratv.tv/index.htm> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008]. Vgl. dazu auch: THE INTERNATIONAL HERALDTRIBUNE: 'Street TV' persists as it fights

Es sei hier nochmals erwähnt, dass „Telestreets“ nur ansatzweise mit Bürgermedien in den USA, Deutschland oder Österreich aufgrund ihrer ideellen Verbundenheit, der Zugangsoffenheit, ihrer nicht-kommerziellen Ausrichtung und ihren Bestrebungen nach freier Kommunikation, Emanzipation und Partizipation vergleichbar sind. Doch diese „Straßensender“ sind nicht vom italienischen (Medien-)Gesetz anerkannt und daher nicht staatlich gefördert. Im Gegensatz zu klassischen Offenen Kanälen können die meisten italienischen „Telestreets“ als politisch-militante „countermedias“, die als Antipode gegen Berlusconis-Medienherrschaft entstanden sind, bezeichnet werden. „Orfeo TV“- Gründer Vitelli stellte, nachdem ein italienisches Gericht die Tätigkeit des Senders „Disco Volante“ aufgrund Artikel 21 der italienischen Verfassung für rechtens erklärte, folgendes fest:

„Street TV stations [...] are a symptom of the anomaly in the country where so much is concentrated in the hands of one man [...] Orfeo TV was a citizen's response [...] a political gesture - the size of the audience wasn't important.“²³⁴

Ein weiterer wesentliche Differenz zwischen den meisten „herkömmlichen“ Offenen Kanälen und den italienischen „Street TV's“ ist schließlich ihre unterschiedliche Konzeption. Während erstere eher medienpädagogische Ziele verfolgen und somit als prozessorientierte Bildungsinstitutionen gesehen werden können, versuchen letztere eher demokratiepolitische Ziele zu verwirklichen. „Telestreets“ sind also eher der produktorientierten Konzeption verpflichtet und in der Tradition der subversiven, autonomen AktivistInnen der 70er Jahre zu sehen.

Abschließend sei hier noch kurz auf die so genannten Stadtviertelfernsehen, den „**Kondominium TV's**“ hingewiesen. Die Programme dieser nicht-kommerziellen, internen Kabelfernsehanlagen werden von den Einwohnern großer Wohnanlagen selbst produziert. Sie sind frei von Werbung, unabhängig von politischen Parteien und rechtlich meist anerkannt. Beispiele für solche Mikrosender sind „Teletorre 19“ in Bologna oder das römische „Corviale Network“. Letztere Station, in einem zehnstöckigen Wohnblock am Strand Roms gelegen, ist kein geschlossener Sender („closed circuit“), sondern sogar über Satellit empfangbar. Dieses Projekt wurde von der Stadt Rom gefördert, um einerseits die Kommunikation im Gebäudekomplex zu

Rome. 23.10.2005. Online im WWW unter URL:

<http://www.iht.com/articles/2005/10/23/business/tv24.php> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008].

234 THE INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE: 'Street TV' persists as it fights Rome. 23.10.2005.

Online im WWW unter URL: <http://www.iht.com/articles/2005/10/23/business/tv24.php> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008].

steigern; andererseits wollte man dadurch mehr Information, Service und kulturelle Angebote für die rund 8000 Einwohner bieten. Allgemein lässt sich sagen, dass diese Sender für und im Dienste der Gemeinde stehen. Sie leisten wichtige Beiträge zur Bildung bzw. Stärkung der jeweiligen „Communities“ und sind im Gegensatz zu den „Telestreets“ weniger als politische Medien zu sehen.²³⁵

Zusammenfassend muss gesagt werden, dass die Situation und die Rahmenbedingungen für (Bürger-)Medien in Italien denkbar schlecht sind. Die bereits beschriebene italienische „Anomalie“ im Medienbereich, die verweigerter Anerkennung und Unterstützung von Bürgermedien und der mangelnde politische Willen (oder die bewusste Verhinderung freier, partizipativer Medien) stimmen pessimistisch. Dennoch existieren zahlreiche, wenn auch kleine Medienprojekte. Obwohl es bis dato keinen offiziellen Offenen Kanal gibt, müssen die Initiativen und Forderungen der meist politisch motivierten „Telestreets“ erwähnt, gewürdigt und bekräftigt werden. Denn vielleicht werden auch sie in Zukunft als Vorreiter Offener Kanäle in Italien angesehen. Doch zuvor müssen zum einen unbedingt finanzielle, rechtliche und vor allem politische Voraussetzungen geschaffen werden; zum anderen muss ein Bewusstsein für die Wichtigkeit freier, unabhängiger, nicht-kommerzieller Medien, besonders in einem Land mit derartigen demokratischen Defiziten, einer so gefährdeten Meinungs- und Pressefreiheit und mit derart problematischen Verstrickungen zwischen Medien und Politik, geschaffen werden.

235 Vgl.: ALTRA TV: Netzwerk von italienischen „Telestreets“. Online im WWW unter URL: <http://www.altratv.tv/index.htm> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008]. Vgl. dazu auch: PASQUINELLI, Matteo: The public is not for sale - The street television movement in Italy. Online im WWW unter URL: <http://www.servus.at/VERSORGER/64/telestreet.html> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008]. Vgl. dazu auch: COMUNE DI ROMA: La street Tv che guarda a Corviale. Online im WWW unter URL: http://www.comune.roma.it/was/wps/portal/!ut/p/s.7_0_A/7_0_21L?menuPage=/Area_di_navigazione/Sezioni_del_portale/Dipartimenti_e_altri_uffici/Dipartimento_XIX/Laboratori_territoriali/Corviale/Al_via_Corviale_Network/ [Format: HTML; Stand: 5.11.2008].

5. BEISPIELE FÜR BÜRGERMEDIEN IN MULTIKULTURELLEN UND MEHRSPRACHIGEN GEBIETEN

Nachdem im letzten Kapitel die Geschichte und Entwicklung Offener Kanäle, sowie die allgemeinen gesetzlichen Grundlagen in den USA, Deutschland, Österreich und Italien behandelt wurden, sollen nun drei äußerst vielversprechende Projekte multikultureller und -lingualer Bürgermedien vorgestellt werden. Diese Initiativen sollen als positive Beispiele fungieren, wie mehrsprachige Bürgermedien in einer multikulturellen Gesellschaft funktionieren (können) und welchen Beitrag sie für ein besseres Verstehen, Kommunizieren und allgemein Zusammenleben leisten können. So zeigen die folgenden Beispiele, dass Bürgermedien vor allem in heterogenen Gesellschaften positive Impulse geben können. Die friedensstiftende, vermittelnde und gesellschaftliche Funktion von Bürgermedien, sowie ihr bedeutsamer Beitrag zum interkulturellen Dialog sollen in der Folge anhand der drei internationalen Exempel veranschaulicht werden.

Auf den folgenden Seiten soll nun ein besonderes Augenmerk auf den Offenen Kanal der Deutschsprachigen Gemeinschaft in Ostbelgien geworfen werden, da dieses multilinguale Gebiet vergleichbare Bedingungen aufweist wie in Südtirol und somit von großer Relevanz für diese Arbeit ist. Ferner soll das zweisprachige Programm „Euroclick/Mosaik“, eine vorbildhafte Kooperation des Offenen Kanals Südwestpfalz und des französischen Regionalsender „Cristal TV“, vorgestellt werden. Schließlich soll hier noch der englisch-französische Communitysender „Telile TV“ Platz finden. Am Ende des Kapitels sollen Schlussfolgerungen aus den genannten Beispielen für einen Offenen Kanal in Südtirol gezogen werden.

5.1 Offener Kanal der Deutschsprachigen Gemeinschaft in Ostbelgien

Die Deutschsprachigen Gemeinschaft in Eupen (im Osten Belgiens) lässt sich aufgrund ihrer Geschichte, ihrer Multikulturalität und -lingualität, ihres autonomen Status und ihrer geographischen Lage am Grenzgebiet dreier Staaten mit Südtirol sehr gut vergleichen. Beide Gebiete wurden 1919 nach dem Ersten Weltkrieg von Belgien, respektive Italien annektiert (Friedensvertrag von Versaille, sowie Vertrag von Saint-Germain). In beiden Orten gab es während des Zweiten Weltkrieges antagonistische

(politische) Strömungen, die sich in „probelgische bzw. proitalienische“ und „prodeutsche“ Bevölkerungsteile spalteten. Nach langjährigen Bestrebungen erhielten sowohl Südtirol, als auch die Deutschsprachige Gemeinschaft eine ausgedehnte Autonomie mit Gesetzgebungsbefugnissen und politischer Selbstverwaltung. Zudem wird beiden Gebieten die Regelung kultureller Angelegenheiten, der Sprache und Toponomastik selbst überlassen. Beide Orte verfügen über eine vergleichbare und in Europa seltene kulturelle und sprachliche Eigenständigkeit. Seit jeher sind sowohl die Deutschsprachige Gemeinschaft Belgiens, als auch Südtirol durch ihre einzigartige Grenzlage im Schnittpunkt mehrerer Sprachen und Kulturen geprägt.²³⁶

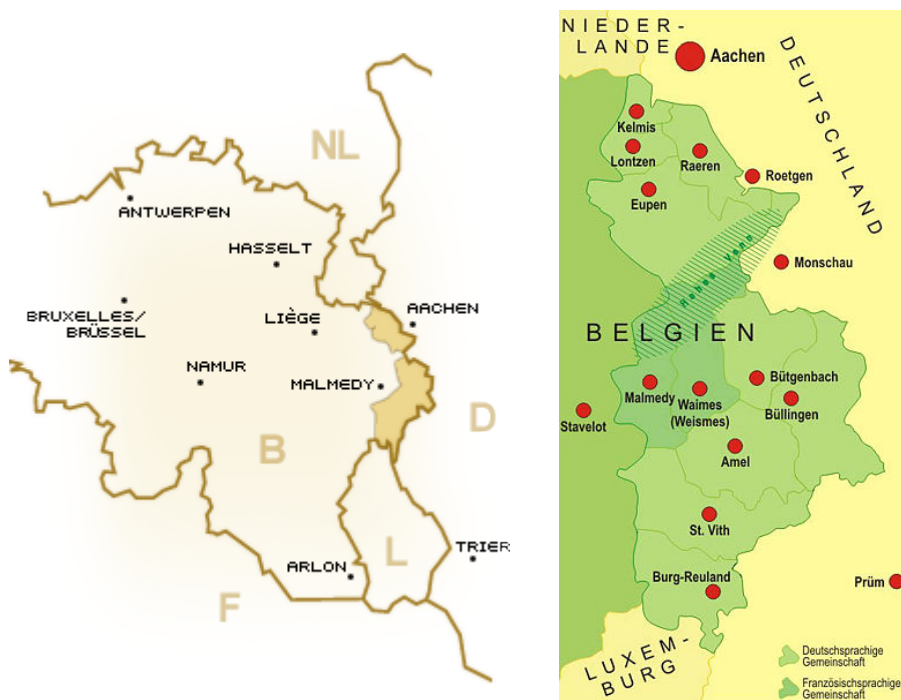


Abbildung 6: Geographische Lage der Deutschsprachigen Gemeinschaft in Ostbelgien.

Die Deutschsprachige Gemeinschaft, welche eine der drei autonomen Gemeinschaften²³⁷ des Königreichs Belgien darstellt, umfasst knapp 74.000 Einwohner, die vorwiegend aus deutschsprachigen Belgiern, aber auch aus wallonischen, flämischen und ausländischen BürgerInnen bestehen. Amts-, Schul- und

236 Vgl.: FISCHER, Katrin: Die Stellung und Rolle der deutschsprachigen Minderheit in Ostbelgien innerhalb des belgischen Nationalstaats. Universität Göttingen, 1999. Online im WWW unter URL: <http://www.geogr.uni-goettingen.de/kus/personen/euregio/emr99-21.htm> [Format: HTML; Stand: 20.11.2008]. Vgl. dazu auch: Vgl.: DGLIVE!: Portal der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens. Online im WWW unter URL: <http://www.dglive.be/> [Format: HTML; Stand: 21.11.2008].

237 „Der Begriff ‘Gemeinschaft’ weist auf die Personen hin, die diese bilden – auf die Sprache und die Kultur, die diese miteinander vereinen. Die Gemeinschaften sind die erste Säule der Föderalisierung Belgiens. In Belgien treffen germanische und römische Kulturen aufeinander. Daraus erklärt sich dass das Land drei Amtsprachen hat: Niederländisch, Französisch und Deutsch. Eine zweite Säule sind die drei Regionen Belgiens: die Flämische Region, die Region Brüssel und die Wallonischen Region.“ MINISTERIUM DER DEUTSCHSPRACHIGEN GEMEINSCHAFT (Hrsg.): Belgien und die Deutschsprachige Gemeinschaft. Eupen, 2004. S.2.

Gerichtssprache in der Deutschsprachige Gemeinschaft ist Deutsch, während je nach Schule Französisch, Niederländisch und Englisch gelehrt wird.²³⁸

Im 854 Quadratkilometer kleinen Ostteil Belgiens können überall deutsch-, französisch-, oder niederländischsprachige **Medien** gekauft werden.²³⁹ Besonders wichtig für die Deutschsprachige Gesellschaft ist die „politisch unabhängige, zur Toleranz verpflichtete christliche Zeitung“²⁴⁰, das „**Grenzecho**“. Sie ist die einzige lokale Tageszeitung Belgiens in deutscher Sprache und somit wichtiges Informationsmittel und Sprachrohr der Deutschen Gemeinschaft. Im audiovisuellen Bereich stellt der öffentlich-rechtliche Rundfunk der Deutschsprachigen Gemeinschaft (BRF) eine wesentliche Rolle dar. Der „**BRF**“, der als kleinster öffentlich-rechtlicher Sender Europas gilt, versteht sich „[...] als ein Medium, das in erster Linie zu informieren hat: für und über unsere Gemeinschaft, über Belgien, die Euregio, aber auch über das internationale Geschehen.“²⁴¹ Der Sender erhält von der Deutschsprachigen Gemeinschaft eine jährliche Gesamtdonation von 4,5 Millionen Euro. Die Tageszeitung „Grenz-Echo“ wird mit 174.000 Euro pro Jahr unterstützt. Zudem verfügt die Deutschsprachige Gemeinschaft in Ostbelgien über ein Medienzentrum, welches mit 570.000 Euro finanziert wird. Dieses stellt einen wichtigen Partner der dortigen Schulen im Bereich Medienerziehung dar. Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Deutschsprachige Gemeinschaft mit einem Jahresbudget von 1 Million, respektive 1,1 Millionen Euro, zur Förderung von Kultur- und Jugendarbeit sehr bemüht ist und diese nachhaltig unterstützt.

Von großem Wert für die lokale Kommunikation(svielfalt), das kulturelle Angebot und allgemein als wichtige (Medien-)Bildungsinstitution der Deutschsprachigen Gemeinschaft in Ostbelgien, ist schließlich „ihr“ Offener Kanal. Der 1999, mit Unterstützung der Landesanstalt für private Rundfunkanbieter Rheinland-Pfalz²⁴²,

238 Vgl. Ebenda. Vgl. dazu auch: LIGUE DES FAMILLE/BUND DER FAMILIE: Belgien verstehen. Brüssel: De Boeck, 2006. S.36.

239 Vgl.: DGLIVE!: Portal der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens. Online im WWW unter URL: <http://www.dglive.be/> [Format: HTML; Stand: 21.11.2008]. Vgl. dazu auch: PRESS-GUIDE: Deutschsprachige Zeitungen in Belgien. Online im WWW unter URL: <http://www.press-guide.com/belgium.htm> [Format: HTML; Stand: 21.11.2008]. Vgl. dazu auch: BERTEMES, RITA. Ministerium der Deutschen Gemeinschaft. Leiterin des Fachbereichs kulturelle Angelegenheiten. Mail vom 23.09.2008.

240 PRESS-GUIDE: Deutschsprachige Zeitungen in Belgien. Online im WWW unter URL: <http://www.press-guide.com/belgium.htm> [Format: HTML; Stand: 21.11.2008].

241 BRF: Hörfunk und Fernsehen in Ostbelgien. Der BRF stellt sich vor. Online im WWW unter URL: <http://www.brf.be/der-brf/vorstellung> [Format: HTML; Stand: 21.11.2008].

242 „Der Offene Kanal Ostbelgien ging von einer Vereinbarung zwischen dem Ministerpräsidenten der Exekutive der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens, Joseph Maraite, und dem Ministerpräsi-

entstandene „**Offene Kanal Ostbelgien**“, steht in der Trägerschaft der Deutschsprachigen Gemeinschaft. Den technischen und organisatorischen Ablauf der rein deutschsprachigen Fernsehstation regelt ein gemeinnütziger Verein. Nutzungsberechtigt sind natürliche und juristische Personen, die ihren Wohnsitz, Arbeits- oder Ausbildungsplatz im deutschen Sprachgebiet haben. Die eigenverantwortlich erstellten und zeitlich begrenzten Fernsehbeiträge werden in der Reihenfolge des Eingangs gesendet, sind unentgeltlich und frei von Werbung. Der Offene Kanal bietet produktionstechnische und organisatorische Hilfe, Beratung oder deren Vermittlung an, stellt Produktionsmittel zu Verfügung und garantiert stets den freien und gleichberechtigten Zugang zu den Produktionsstätten.²⁴³

Der „Offene Kanal Ostbelgien“ wird oft als erfolgreiches Vorzeigemodell oder gar als kleines Wunder²⁴⁴ angepriesen, da es die deutschsprachige Minderheit, die weniger als 1% der Gesamtbevölkerung ausmacht²⁴⁵, geschafft hat, seit fast zehn Jahren ein eigenes Bürgerfernsehen zu etablieren und zu erhalten. Der Offene Kanal hat in diesen Jahren viele Funktionen erfüllt und einen großen gesellschaftlichen Mehrwert erbracht, dennoch muss man kritisch festhalten, dass der deutschsprachige Sender – gerade in einem multikulturellen und -lingualen Gebiet – mehrsprachig und interethnisch hätte ausgerichtet werden sollen. So wurde die verbindende, integrative Funktion und die Möglichkeit des Offenen Kanals zur Förderung des interkulturellen Dialogs weitgehend unberücksichtigt gelassen. Besonders da die stets wachsende Sendereichweite auch die wallonischen Ortsteile erreicht, wäre ein gemeinschaftliches, interethnisches und mehrsprachiges Programm erstrebenswert.

Davon abgesehen, kann der Offene Kanal Ostbelgien jedoch als funktionierendes Beispiel für ein Minderheiten-Bürgerfernsehen erachtet werden. Aufgrund der

den des Landes Rheinland-Pfalz, Rudolf Scharping, aus. Die LPR (Landesanstalt für private Rundfunkanbieter Rheinland-Pfalz) unterstützte engagiert den Aufbau des Offenen Kanals in Ostbelgien.“ SCHÜTZ, Johannes: Offener Kanal Ostbelgien. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.54.

243 Vgl.: Dekret des Parlaments der Deutschsprachigen Gemeinschaft über den Rundfunk und den Kinovorstellungen. Teil 1 Allgemeine Bestimmungen, Artikel 2 Begriffsbestimmungen, Absatz 29 ; Teil 3 Offener Kanal, Artikel 16 Grundsätze, Absatz 29. 2005. Online im WWW unter URL: <http://www.dgparlament.be/ResourceImage.aspx?raid=22155> [Format: HTML; Stand: 22.11.2008].

244 Vgl.: DAUMANN, Hans-Uwe: Gesundes Kind von zwei Vätern: OK Ostbelgien. IN: CONNEX. Infomagazin für Bürgermedien. 27.04.2004. Online im WWW unter URL: <http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2undm=3undum=7undid=693> [Format: HTML; Stand: 22.11.2008].

245 Vgl.: FISCHER, Katrin: Die Stellung und Rolle der deutschsprachigen Minderheit in Ostbelgien innerhalb des belgischen Nationalstaats. Universität Göttingen, 1999. Online im WWW unter URL: <http://www.geogr.uni-goettingen.de/kus/personen/euregio/emr99-21.htm> [Format: HTML; Stand: 22.11.2008].

vergleichbaren Bedingungen zwischen Südtirol und dem östlichen Teil Belgiens, sollte man die dortigen Verantwortlichen unbedingt in die Konzeptionsphase des Offenen Kanals in Südtirol miteinbeziehen, ihr Know-How nutzen und aus den erfolgreichen belgischen Erfahrungen wichtige Lehren bzw. Rückschlüsse ziehen. Schließlich sollte eine enge Zusammenarbeit angestrebt werden. Dies sollte vor dem Hintergrund der bereits bestehenden Kooperation zwischen der Deutschsprachige Gemeinschaft Ostbelgien und Südtirol als europäische Partnerregion, jedoch ohne weiteres durchführbar sein. Und wer weiß vielleicht entsteht der Offene Kanal in Südtirol in Zukunft ja mit „ostbelgischer“ Hilfe.

5.2 Grenzüberschreitendes Fernsehen: das deutsch-französische Projekt „Euroclick/Mosaik“

Die Gründung des französischen, teilweise werbefinanzierten Regionalsenders „Cristal TV“ 1997 und die darauf folgenden Kontaktaufnahme durch den Offenen Kanal Südwestpfalz, markierte den Beginn für ein einzigartiges grenzüberschreitendes, bilinguales Projekt namens „**Euroclick**“. Das wöchentliche Fernsehmagazin, welches im Rahmen des „Interreg II“ Programms der EU mit 135.000 Euro subventioniert²⁴⁶ wurde, ist zum ersten Mal im Mai 2000 in beiden Sprachen (synchronisiert oder Untertitelt) an 100.000 französische und deutsche Haushalte übertragen worden. Das Sendegebiet jen- und diesseits der Grenze umfasst im französischen Bitscherland 36.000 und im deutschen Landkreis Südwestpfalz 100.000 Einwohner.²⁴⁷

246 Vgl.: EUROCLICK: Finanzierung von Euroclick. Online im WWW unter URL: <http://www.euroclick-tv.de/start.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

247 Die Zuschauerreichweite des zweisprachigen Magazin hat sich in Frankreich durch den Zusammenschluss des Saargemünder, des Saarländers und des Bitscher Gebietes auf 100.000 erhöht. In Deutschland kann die Sendung durch einen landesweiten Programmaustausch zwischen den einzelnen Offenen Kanälen von potenziell 1 Million Menschen gesehen werden. Auch die Deutschsprachige Gemeinschaft Ostbelgiens hat die Möglichkeit das Programm zu sehen. Vgl.: MOSAIK: Weit über die Grenzen hinaus. Online im WWW unter URL: <http://www.mosaik.mkn-swp.de/startseite.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].



Abbildung 7: Karte des französischen Bitscherlandes (links) und des deutschen Landkreises Südwestpfalz (rechts).

Das etwa 20-minütige Programm von „Euroclick“ bestand aus verschiedenen Rubriken: in „Postkarte“ wurden alternierend deutsche und französische Ortschaften oder Sehenswürdigkeiten vorgestellt, in „De vous à nous“ wurden die unterschiedlichen Lebensweisen beider Bevölkerungsgruppen analysiert und erklärt. „Contact“ befasste sich mit bestehenden deutsch-französischen Kooperationen und „Infos-Click“ bot schließlich Lokalnachrichten und Informationen für beide Gebiete.²⁴⁸

Nachdem in den Folgejahren die 67 „Euroclick“-Sendungen großen Anklang unter beiden Bevölkerungsgruppen fanden, wurde das Projekt 2004 in Kooperation mit dem Medienkompetenznetzwerk Südwestpfalz (MKN) und unter erneuter Subventionierung der EU, fortgeführt und weiterentwickelt. Das, in „**Mosaik**“ umbenannte Magazin, erweiterte sein Programm um das europäische Nachrichten- und Informationsprogramm „Eurinfo“, das monatliche und komplett auf Plattdeutsch moderierte Magazin „Gischter un heid“ (Gestern und heute) und der Talkrunde „Austausch“, welches regional bezogene Themen über Kultur, Tourismus und Wirtschaft behandelt.²⁴⁹

Laut den Verantwortlichen von „Euroclick/Mosaik“ wurde das bilinguale, grenzüberschreitende Projekt mit der Absicht gegründet den europäischen Gedanken in beiden Regionen zu festigen.²⁵⁰ Das Programm trug dazu bei, dass die deutsch-

248 Vgl.: EUROCLICK: Das Programm. Online im WWW unter URL: <http://www.euroclick-tv.de/start.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

249 Vgl.: MOSAIK. „Mosaik“ - mehr als eine wöchentliche Magazinsendung. Online im WWW unter URL: <http://www.mosaik.mkn-swp.de/startseite.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

250 Vgl.: EUROCLICK. Euroclick - Eine Bilanz nach zwei Jahren. Online im WWW unter URL:

französischen Beziehungen verbessert, die Sprachkompetenz beiderseits der Grenze aufgebaut, Vorurteile und Stereotypen abgebaut, die jeweilige Kultur (und Denkweise) einander näher gebracht, der interkulturelle Dialog gefördert und insgesamt ein beispielloses Gemeinschaftsgefühl hergestellt wurde. Ferner bot dieses Projekt einzigartige Möglichkeiten diverse Treffen, Kontakte und Freundschaften zu knüpfen. Und auch vom Publikum wurde „Euroclick/Mosaik“ mit großem Enthusiasmus²⁵¹ aufgenommen. Der Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz und ehemaliger SPD-Bundesvorsitzende Kurt Beck lobte „Euroclick“ als gelungenes und vorbildliches Projekt grenzüberschreitender Zusammenarbeit.²⁵² Ferner unterstrich er:

„Gerade aus meiner Tätigkeit als deutsch-französischer Kulturbefehlshaber weiß ich [...] wie wichtig solche gemeinsamen grenzüberschreitenden Projekte für eine kulturelle Annäherung und das Kennen lernen der Menschen diesseits und jenseits der Grenzen sind.“²⁵³

Die deutsch-französische Initiative kann somit ebenfalls als vielversprechendes, multikulturelles und grenzüberschreitendes Projekt bezeichnet werden, welches als Vorbild für weitere Initiativen, besonders im Hinblick auf ein gemeinsames, grenzüberschreitendes Projekt innerhalb der Europaregion Tirol, Südtirol und Trentino, dienen kann.

5.3 „Telile TV“: das bilinguale Community Fernsehen in Nova Scotia, Kanada

„Telile TV“ ist ein, in Arichat auf der nordöstlichen Insel Cape Breton, Nova Scotia (Kanada) situierter, „non-profitärer“ und von Kabelunternehmen unabhängiger Communitysender. In Kanada werden Bürgermedien durch den „**Canadian Broadcasting Act**“ von 1991 rechtlich anerkannt. Neben den öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehstationen, beinhaltet das kanadische Mediensystem auch Community Channels, die einen pädagogischen und gemeinnützigen Charakter aufweisen sollen. Sie sollen ferner die lokale Berichterstattung fördern und eine

<http://www.euroclick-tv.de/start.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

251 So schrieb eine Zuschauerin „Euroclick ist eine einzigartige Sendung, die es erlaubt, lokale Neuigkeiten und Traditionen vom Bitscherland und von unserem Nachbarland Deutschland zu entdecken. Sie erscheint als das Symbol von einem Europa, das stets engere Beziehungen fördert.“ EU-ROCLICK. Euroclick - Eine Bilanz nach zwei Jahren. Online im WWW unter URL: <http://www.euroclick-tv.de/start.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

252 Vgl.: BECK, Kurt. Hier zitiert nach: KIND, Joachim. IN: CONNEX. Infomagazin für Bürgermedien: Beck lobt deutsch-französisches OK-Magazin „Euroclick“. 08.07.2003 Online im WWW unter URL: <http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2&m=3&um=32&id=430> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

253 Ebenda.

größere Medien- und Meinungsvielfalt garantieren. Bereits 1991 schrieb die „Canadian Radiotelevision and Telecommunications Commission“ (CRTC) den Kabelgesellschaften vor, Bürgermedien zur Verfügung zu stellen.²⁵⁴

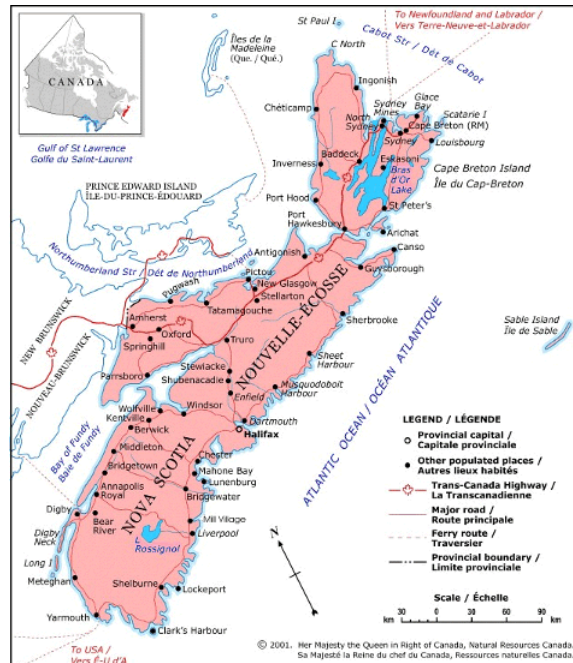


Abbildung 8: Karte der kanadischen Provinz Neuschottland (Nova Scotia).

„Telile TV“ wurde 1993-1994 mit dem Ziel errichtet die Kommunikation innerhalb der Gemeinde zu verbessern, Ausbildungsprogramme zu bieten, sowie das Zusammengehörigkeitsgefühl auf der Insel aufrechtzuerhalten. Die Insel Cape Breton ist ein kleines und relativ armes Gebiet. So leben 25% der Bevölkerung unter der Armutsgrenze (die Mittellosigkeit bei der indigenen Bevölkerung „Mi'kmaq“ liegt sogar bei 35%) und die Arbeitslosigkeit beträgt 27%. Im landesweiten Vergleich rangiert Cape Breton damit auf Rang 16. Zudem ist die Auswanderungsrate, vor allem unter Jugendlichen, enorm hoch.²⁵⁵ Trotz der schwierigen finanziellen Situation des Ortes ist „Telile TV“ ein seit Jahren erfolgreicher lokaler Communitysender. Er wird jedoch nicht, wie die meisten Bürgermedien Kanadas, von einem Kabelbetreiber

254 Vgl.: Canadian Radio-television and Telecommunications Commission: Broadcasting Act. 1991. Online im WWW unter URL: <http://www.crtc.gc.ca/eng/LEGAL/BROAD.htm> [Format: HTML; Stand: 4.12.2008]. Vgl. dazu auch: Canadian Radio-television and Telecommunications Commission: Broadcasting Public Notice CRTC 2002-61. 2002. Online im WWW unter URL: <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2002/pb2002-61.htm> [Format: HTML; Stand: 4.12.2008].

255 Vgl.: SENATE OF CANADA: Understanding the reality and meeting the challenges of living in french in Nova Scotia. Study mission to the acadian and francophone communities of Nova Scotia. Report of the Standing Senate Committee on Official languages, 2006. Online im WWW unter URL: <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-e/offs-e/rep-e/rep05oct06-e.pdf> [Format: PDF; Stand: 4.12.2008]. Vgl. dazu auch: LEE, Kevin: Urban poverty in canada: a statistic profile. Canadian council on social development, 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.ccsd.ca/opubs/2000/up/> [Format: HTML; Stand: 4.12.2008].

subventioniert, sondern er finanziert sich zu 90% aus selbst produzierten Bingoshows und zu 10% aus Werbeeinnahmen, Mitgliedschaften, sowie den Verkauf von Sendemittelschnitten. Eine besondere Informations- und Serviceleistung stellt eine Art Schwarzes Brett („scroll“) dar, auf dem BürgerInnen Job- und Immobilienangebote, An- und Verkauf von Produkten und sämtliche Aktivitäten oder Treffen innerhalb der Gemeinde publik machen können. Diese unübliche Organisations- und Finanzierungsform, sowie die Tatsache, dass nicht ausschließlich freiwillige BürgerInnen, sondern auch MitarbeiterInnen des Senders Programme machen, verdeutlicht, dass „Telile TV“ kein klassisches Bürgermedium ist. Dennoch soll diese Tatsache für dieses Kapitel nicht von großer Bedeutung sein, da das Hauptinteresse auf Einfluss und Nutzen von Bürgermedien in multikulturellen und mehrsprachigen Gebieten liegt.²⁵⁶

Eines der Hauptaufgaben des Senders, der sein Programm über Kabel an 12.000 Haushalte in Richmond County und an den Osten Cape Bretons verbreitet, ist lokalbezogenes Programm herzustellen und die multikulturelle, polyglotte Bevölkerung über (Lokal-)Politik, Kultur, Sport und aktuelle Ereignisse der Region bzw. der Gemeinde zu informieren bzw. zu unterhalten. Auf Cape Breton leben, neben Kanadiern und der indigenen Bevölkerung „Mi'kmaq“, Engländer, Schotten, Iren und Akadier (Nachkommen französischer Siedler). Laut offizieller Studie zur Situation der Akadischen und Frankophonen Gemeinde in Nova Scotia sind 66% der 3.848 Menschen auf der „Isle Madame“ (eine kleine Insel, die Teil von „Cape Breton“, Nova Scotia ist) bilinguale Francophone.²⁵⁷ Die Studie bemängelt das unzureichende kulturelle und mediale Angebot, sowie die mangelnde finanzielle Unterstützung für die französischsprachige Minderheit. Demgegenüber bietet das Programm von „Telile TV“, laut Vorgabe der CRTC, Sendungen sowohl auf offizieller englischer, als auch (zu mindestens 25%) auf französischer Sprache. Durch seine Bilingualität erreicht der Sender große Teile der Bevölkerung und er treibt somit den Dialog zwischen den verschiedenen Kulturen bzw. Sprachgruppen voran. Gloria Hill, Geschäftsführerin von

256 Vgl.: TELILE COMMUNITY TELEVISION: About us. Online im WWW unter URL: [http://www-telile.tv/](http://www.telile.tv/) [Format: HTML; Stand: 5.12.2008]. Vgl. dazu auch: HILL, Gloria: Geschäftsführerin von „TELILE TV“. Mail vom 19.09.2008. Vgl. dazu auch: LITHGOW, Michael: Articulating Counterpublics with Community Capital: A Framework for Evaluating Community Television. Diplomarbeit, Universität Montreal, 2007. S.68-80.

257 Vgl.: SENATE OF CANADA: Understanding the reality and meeting the challenges of living in french in Nova Scotia. Study mission to the acadian and francophone communities of Nova Scotia. Report of the Standing Senate Committee on Official languages, 2006. Online im WWW unter URL: <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-e/offi-e/rep-e/rep05oct06-e.pdf> [Format: PDF; Stand: 4.12.2008].

„Telile TV“, unterstreicht die wichtige Rolle des Senders zur Förderung der akademischen Kultur, sowie die Bewahrung der französisch-akademischen Minderheitensprache.

„We broadcast French programs thereby promoting the continuing of the culture and language. It gives locals a voice in their own language.“²⁵⁸

Das Communityfernsehen übt einen bedeutenden sozialen und kulturellen Einfluss auf die Gemeinde von Cape Breton aus. Kulturelle Programme (Darstellungen der Geschichte, Sitten und Bräuche der jeweiligen Kulturen, sowie musikalische, folkloristische Sendungen) stärken die Identität(en) der lokalen Communities. Der Kanal porträtiert Menschen aus unterschiedlichen Kulturen, stellt ihre Lebensweisen und Einstellungen vor, baut Ängste, Unwissenheit und Vorurteile ab und hilft Netzwerke und Allianzen mit anderen Gemeinschaften herzustellen. So kann der Sender nicht nur als Bindeglied zwischen den englischen und französischen Sprachgruppen fungieren („Brückenfunktion“), sondern auch das Gemeinschaftsgefühl der multikulturellen, mehrsprachigen Bevölkerung der Insel stärken und die Bildung eines gleichwertigen, heterogenen Selbstverständnisses – im Sinne einer gemeinsamen Identität – fördern.²⁵⁹

„Telile TV“ bietet ferner verschiedene Computerkurse für Senioren, Videoworkshops, sowie Praktikas an und trägt dadurch zur Medienkompetenzvermittlung bei. Zudem erfüllt der Kanal eine politische Funktion, da es als einziges audiovisuelles Medium Gemeinderatsversammlungen u.dgl. überträgt. Es werden schließlich regelmäßig politische Diskussionsrunden organisiert und zu Wahlkampfzeiten werden die diversen Kandidaten und ihre Wahlwerbespots vorgestellt.²⁶⁰

Der Community-Sender „Telile TV“ erfüllt, besonders in diesem relativ abgelegenen und „informationsarmen“ Gebiet, elementare und vielfältige soziale, kulturelle, publizistische, medienpädagogische, sowie politische Funktionen für die multikulturelle und mehrsprachige Gemeinden auf Cape Breton. Der Sender trägt einen nicht unwesentlichen Beitrag zur besseren Kommunikation innerhalb der Gemeinde und zum besseren Verständnis bzw. Zusammenleben zwischen den verschiedenen „Communities“ bei.

258 Wir senden Programme auf Französisch und fördern dadurch den Fortbestand der Kultur, sowie der Sprache. Der Sender verleiht den Einheimischen eine Stimme (und zwar) in ihrer Sprache. HILL, Gloria: Geschäftsführerin von „TELILE TV“. Mail vom 19.09.2008.

259 Vgl. LITHGOW, Michael: Articulating Counterpublics with Community Capital: A Framework for Evaluating Community Television. Diplomarbeit, Universität Montreal, 2007. S.31-54 ; 81- 121.

260 Vgl.: Ebenda., S.94-96. Vgl. dazu auch: TELILE COMMUNITY TELEVISION. Online im WWW unter URL: <http://www.telile.tv/> [Format: HTML; Stand: 5.12.2008].

5.4 Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Südtirol

Wie in diesem Kapitel versucht wurde darzustellen, gibt es weltweit etliche, bereits seit Jahren erfolgreiche Bürgermedienprojekte in multikulturellen, mehrsprachigen Gebieten, die als Vorbild für einen Offenen Kanal in Südtirol dienen könnten. Besonders das Minderheitenbürgerfernsehen in **Ostbelgien** kann, aufgrund der vergleichbaren Bedingungen in beiden Grenzgebieten für einen Offenen Kanal in Südtirol hochgradig interessant sein. Er beweist, dass ein Offener Kanal auch für eine kleine Sprachgruppe erfolgreich genutzt werden kann. Zudem zeigt es, dass ein derartiges Projekt gerade für die lokale Kommunikation, Information, Kultur und (Medien-)Bildung, sowie nicht zuletzt für die Stärkung der Sprache und Identität der deutschsprachigen Minderheit in Belgien einen bedeutsamen Faktor darstellt. Leider wurde die soziale, vermittelnde und integrative Funktion von Bürgermedien zwischen den verschiedenen Ethnien in Ostbelgien nicht vollkommen ausgeschöpft. Diese Chance dürfte in Südtirol nicht ungenützt bleiben. Die konsequente und nachhaltige Unterstützung, sowie die symbolische Anerkennung der Wichtigkeit des Offenen Kanals seitens des Ministeriums der Deutschsprachigen Gemeinschaft, sollte für die Verantwortlichen in Südtirol als Vorbild und Motivation dienen, auch hierzulande den (Mehr-)Wert von Bürgermedien zu erkennen und zu würdigen.

Auch am Beispiel des englisch-französischen Communitysenders „**Telile TV**“ können wichtige Lehren für die Gründung eines Offenen Fernsehkanals in Südtirol gezogen werden. So stellt das Programme nicht nur eine gemeinsame, über sprachliche und ethnische Grenzen hinausgehende, Informationsquelle dar. Der Sender übt vielmehr noch einen weitreichenden sozialen und kulturellen Einfluss auf die Gemeinde, repräsentiert und fördert die Identität der verschiedenen Communities, und regt den interkulturellen Meinungs- und Gedankenaustausch an. Der dortige mehrsprachige Communitysender hilft Netzwerke zu stricken, sprach- und ethnienübergreifende Brücken zu bauen, ein Gemeinschaftsgefühl herzustellen und die Bildung einer multikulturellen Identität zu unterstützen. Dies wäre besonders für die Situation in Südtirol von größter Bedeutung. „Telile TV“ beweist zudem, dass auch mit relativ bescheidenen Mitteln ein großer sozialer, (inter-)kultureller, medienpädagogischer und politischer „Impact“ erreicht werden kann.

Schließlich sei hier noch das Magazin „**Mosaik**“ bzw. „**Euroclick**“ erwähnt, welches als erstrebenswertes Vorbild für die Realisierung eines grenzüberschreitenden Projekts im Rahmen der Europaregion Tirol- Südtirol- Trentino gedacht werden kann. So nimmt das deutsch-französische Vorhaben nicht nur eine wichtige Brückenfunktion bzw. eine Vermittlerrolle zwischen zwei Kulturen und Sprachen ein, sondern erfüllt wichtige soziale und kulturelle Aufgaben innerhalb beider Länder. Zudem verbessert es die jeweiligen Sprachkompetenzen (dies wäre für die teilweise schlechten Sprachkenntnisse der deutschsprachigen-, aber vor allem auch der italienischsprachigen SüdtirolerInnen von großem Wert), baut Vorurteile und Stereotypen ab und bildet auch hier sprachen- und länderübergreifende Freundschaften und Netzwerke. Die beiden letzten Aspekte wären besonders in einer ethnisch getrennten (Parallel-)Gesellschaft wie in Südtirol, mit immer noch (vor allem bei der älteren Generation) vorhandenen Ressentiments, Stereotypen und Vorbehalte gegenüber der jeweils „fremden“ Sprachgruppe äußerst wichtig.

Es kann hier nicht genug betont werden, welche Bedeutung die mannigfaltigen Funktionen eines Offenen Kanals für ein besseres ZUSAMMEN-Leben in Südtirol darstellen würde. Man kann nur hoffen, dass die hiesigen politischen EntscheidungsträgerInnen sich von den mannigfaltigen, vielversprechenden und seit Jahren etablierten Initiativen inspirieren, motivieren und beeinflussen lassen, sodass irgendwann auch die BewohnerInnen Südtirols – egal welcher Klasse, Sprache oder Herkunft – den Mehrwert demokratischer Bürgermedien sehen/hören, spüren und aktiv nützen können.

6. EINFÜHRUNG IN DIE GESCHICHTE, POLITIK, GESELLSCHAFT UND MEDIENSTRUKTUR SÜDTIROLS.

„Das erste, was bei näherer Betrachtung jeglicher Information in Südtirol auffällt ist ihre starke ethnische Färbung, bzw. Spaltung [...] Deutsche und italienische Augen und Ohren bekommen je andere Information zu sehen oder zu hören. Das betrifft sowohl das Was als das Wie [...] Vieles würde sich in Südtirol zum besseren wenden, wenn es mehr Information gäbe, die die ethnischen Schranken durchbricht oder wenn ein großer Teil der Bevölkerung zumindest die Information beider Seiten berücksichtigt und den Versuch unternähme, auch einen anderen Standpunkt als den eigenen (nicht nur sprachlichen) zu verstehen.“

- Alexander Langer ²⁶¹

Nachdem nun der erste große Abschnitt dieser Diplomarbeit – nämlich die Einführung, die Theorien, die Geschichte, sowie internationale (und mit Südtirol vergleichbare) Beispiele von Bürgermedien – behandelt wurde, soll in der Folge der Fokus auf die zwei- bzw. dreisprachige, multikulturelle Autonome Provinz Bozen-Südtirol gelegt werden. Dabei soll zuerst ein Versuch gewagt werden, die Besonderheiten Südtirols anhand ihrer demographischen Zusammensetzung (Kapitel 6.1), ihres ethnisch getrennten politischen Systems (Kapitel 6.1), sowie ihres Bildungs-, Kultur- und Medienwesens (Kapitel 6.1 und Kapitel 6.2) und schließlich anhand ihrer bewegten Geschichte (Kapitel 6.2) aufzuzeigen. Wohl wissend, dass dieses Unterfangen weder den Anspruch auf Vollständigkeit noch der Objektivität entsprechen kann, erscheint dieses (und nachfolgendes) Kapitel dem Verfasser von großer Relevanz, um (1) einen Einblick in die einzigartigen Gegebenheiten dieses ethnisch fragmentierten Grenzgebietes zu bekommen und um (2) die aktuell bestehenden gesellschaftlichen, politischen und medialen (Macht-)Verhältnisse zu verstehen. Ferner ist es äußerst wichtig, (3) das (Selbst-)Bild und das Identitätsproblem der SüdtirolerInnen zu ergründen, sowie die (besonders in der Vergangenheit vorherrschenden) ethnischen Spannungen und das ethnisch getrennte „Nebeneinanderherleben“ der zwei- bzw. drei Sprachgruppen²⁶² zu thematisieren und (4) die vorherrschende Macht- und

261 LANGER, Alexander: „Offenes Werk“. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo:

Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996. S.345 – 346.

262 In Südtirol wird der Begriff der Kultur und- Volksgruppe primär über den Terminus Sprachgruppe definiert. Dabei inkludiert der Ausdruck auch Kategorien wie Ethnie, Kulturgemeinschaft, Volksgruppe, Minderheit etc. Obwohl hiermit der Anschein erweckt werden könnte, dass die Sprache als wesentliches Merkmal einer Gruppe dargestellt und hervorgehoben wird, soll dennoch diese Bezeichnung verwendet werden. Auch wenn in Südtirol die Identifikation mit einer Gemeinschaft vorrangig über die Zugehörigkeit zu einer Sprachgruppe erfolgt, sollen in der Folge weitere identitätsstiftende Faktoren (gemeinsame Geschichte, Werte, Traditionen, Kultur, Symbole, „way of life“ etc.) gleichermaßen behandelt werden. Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.195-221. Vgl. dazu auch:

Meinungsmonopole, sowie die mangelnde Partizipations- und Artikulationsmöglichkeit in Südtirol zu analysieren. Dadurch können nicht nur die politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, sondern auch die zu erwartenden Chancen und Probleme eines Offenen Kanals in Südtirol besser eingeschätzt werden. Diese kritische Analyse Südtirols soll schließlich die demokratische, gesellschaftliche, (inter-)kulturelle Bedeutung eines unabhängigen, mehrsprachigen und multikulturellen Offenen Fernsehkanals in Südtirol erkennen lassen.

6.1 Einführung in die Südtiroler (Parallel-)Gesellschaft: Demographische Betrachtungen und kritische Analyse des politischen, kulturellen und sozialen Systems

Die offizielle zwei- bzw. (in den acht ladinischen Gemeinden) dreisprachige Autonome Provinz Bozen-Südtirol ist die nördlichste Provinz Italiens und bildet zusammen mit Trient/Trentino, (dem früheren „Welschtirol“) die Autonome Region Trentino-Südtirol. Die insgesamt 493.910 BürgerInnen der größten Provinz Italiens (mit einer Fläche von 7.400 km²)²⁶³ besteht aus drei Sprachgruppen, der italienischen, deutschen und ladinischen²⁶⁴ Gemeinschaft.

SEEMANN, Janina et. al.: Pasta oder Knödel? Untersuchung zur kulturellen Identität der italienischsprachigen Südtiroler im Grödnertal. München: Grin Verlag, 2008. S.4ff. Online im WWW unter URL: <http://www.grin.com/e-book/111902/pasta-oder-knoedel-untersuchung-zur-kulturellen-identitaet-der-italienischsprachigen> [Format: HTML; Stand: 07.12.2008].

263 Landesinstitut für Statistik (ASTAT): 2008 – Südtirol in Zahlen. Alto Adige in cifre. Bozen: Autonome Provinz Bozen. Landesinstitut für Statistik, 2008. S.10. Online im WWW unter URL: http://www.provinz.bz.it/astat/de/service/845.asp?redas=yes&830_action=300&830_image_id=120186 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

264 Die – laut Sprachgruppenzugehörigkeitserklärung von 2001 – 18.736 Ladin Südtirols sind ein romanisches Volk, so genannte Rätoromanen. Rätoromanisch ist eine im Jahre 15 vor Christus durch die Romanisierung der Alpen aus dem Lateinischen entstandene Sprache, welche am ehesten zwischen dem Französischen und Italienischen angesiedelt werden kann. In den Dolomiten leben rund 30.000 Ladin. Diese Sprachminderheit ist in den Tälern rund um das Sella-Massiv beheimatet: Gadertal (Val Badia) mit dem Seitental Enneberg (Marè), Gröden (Gherdëina), Fassa (Fascia), Buchenstein (Fodom) und Cortina d'Ampezzo (Anpèz). Für die Rätoromanen in den Dolomiten wird zumeist der Begriff „Ladiner“ verwendet, für die Rätoromanen im Friaul "Furlans", für die Rätoromanen in Graubünden „Rumantsch“ (oder „Romanen“ bzw. „Bündnerromanen“). Vgl.: TAIBON, Mateo: Die Ladin. Minderheit auf dem Rückzug. Online im WWW unter URL: <http://www.gfbv.it/ladin/dossier/ladiner.html> [Format: HTML; Stand: 8.12.2008]. Aufgrund der weitgreifenden Thematik dieser Arbeit und um zu vermeiden, dass vorliegende Diplomarbeit nicht völlig ihren Rahmen sprengt, wird die ladinische Gemeinschaft nur begrenzt behandelt werden können.

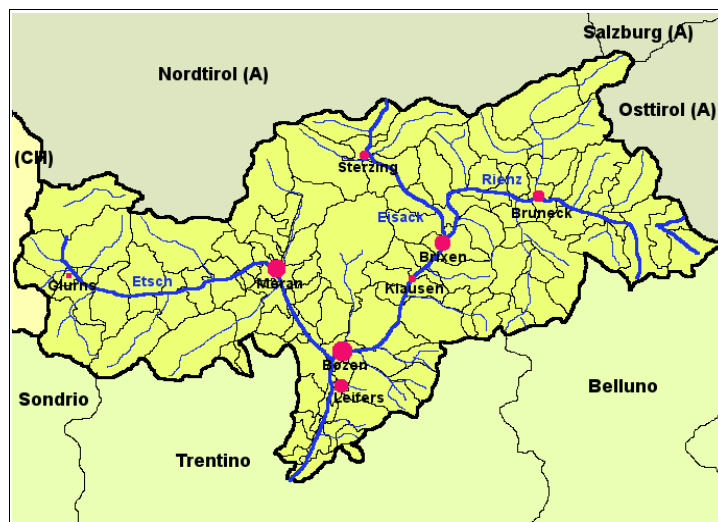


Abbildung 9: Karte der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol.

Das Zusammenleben der drei Sprachgruppen in Südtirol ist durch das, nach dem 2. Weltkrieg ausgehandelte **Pariser Abkommen** und durch das **neue Autonomiestatut** von 1971/72 geregelt. Letzteres garantiert – nach Artikel 2 – den Bürgern der einzelnen Sprachgruppen die gleichen Rechte und den Schutz ihrer ethnischen und kulturellen Eigenart. Es sicherte bzw. übertrug dem Land Südtirol wichtige Gesetzgebungs- und Verwaltungszuständigkeiten in den Bereichen Wirtschaft, Soziales, Kultur und Urbanistik, welche in primäre-, sekundäre- und tertiäre Zuständigkeiten unterteilt sind. Dem Land Südtirol stehen – laut neuem Autonomiestatut – u.a. folgende Kompetenzen zu:²⁶⁵

- „Ordnung der Landesämter und des zugeordneten Personals;
- Ortsnamengebung, mit der Verpflichtung zur Zweisprachigkeit im Gebiet der Provinz Bozen;
- Schutz und Pflege der geschichtlichen, künstlerischen und volklichen Werte;
- örtliche Sitten und Bräuche sowie kulturelle Einrichtungen (Bibliotheken, Akademien, Institute, Museen) provinziellen Charakters; örtliche künstlerische, kulturelle und bildende Veranstaltungen und Tätigkeiten; in der Provinz Bozen können hierfür auch Hörfunk und Fernsehen verwendet werden, unter Ausschluss der Befugnis zur Errichtung von Hörfunk- und Fernsehstationen; [...]
- Kindergärten;
- Schulfürsorge für jene Zweige des Unterrichtswesens, für die den Provinzen Gesetzgebungsbefugnis zusteht; [...]
- Ortspolizei in Stadt und Land [sekundäre Zuständigkeit, *Anm. d. Verf.*];
- Unterricht an Grund- und Sekundarschulen [sekundäre Zuständigkeit; *Anm. d.*

²⁶⁵ Vgl: SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.30 ; S.50-54. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

Die lang umstrittene **Gleichstellung der Sprachen** (italienisch, deutsch und – in den ladinischen Gemeinden – rätoromanisch) zum Schutz der deutschen und ladinischen Minderheit, die den SüdtirolerInnen den selbstbestimmten Gebrauch der jeweiligen Sprache garantiert, wurde ebenfalls im neuen Autonomiestatut (obschon es bereits im Friedensvertrag von 1946 Erwähnung findet) festgelegt. So regelt Artikel 99 die Verwendung der deutschen und ladinischen Sprache in der Autonomen Provinz.

„Die deutsche Sprache ist in der Region der italienischen Sprache, die die amtliche Staatssprache ist, gleichgestellt. [...] Die deutschsprachigen Bürger der Provinz Bozen haben das Recht, im Verkehr mit den Gerichtsämtern und mit den Organen und Ämtern der öffentlichen Verwaltung, die ihren Sitz in der Provinz haben oder regionale Zuständigkeit besitzen, sowie mit den Konzessionsunternehmen, die in der Provinz öffentliche Dienste versehen, ihre Sprache zu gebrauchen. [...]“²⁶⁷

Das Recht bzw. die Pflicht in der Schule die jeweilige Zweitsprache zu erlernen, ist im Artikel 19 des Verfassungsgesetzes von 1972 über das Sonderstatut für die Region Trentino- Südtirol verankert:

„In der Provinz Bozen wird der Unterricht in den Kindergärten, Grund- und Sekundarschulen in der Muttersprache der Schüler, das heißt in italienischer oder deutscher Sprache, von Lehrkräften erteilt, für welche die betreffende Sprache ebenfalls Muttersprache ist. In den Grundschulen, von der 2. oder 3. Klasse an, je nachdem, wie es mit Landesgesetz auf bindenden Vorschlag der betreffenden Sprachgruppe festgelegt wird, und in den Sekundarschulen ist der Unterricht der zweiten Sprache Pflicht [...]“²⁶⁸

In puncto Fremdsprachkompetenzen muss hier kritisch hinzugefügt werden, dass das Erlernen der Zweitsprache in der Schule zwar verpflichtend ist, dennoch wird die jeweilige Fremdsprache im Alltag recht selten verwendet. Zum einen aus mangelnder Bereitschaft vieler SüdtirolerInnen mit der anderen, „fremden“ Sprachgemeinschaft zu interagieren (so gibt es un-bewusst italienisch- bzw. deutschsprachige Gebiete, in denen die Menschen – verallgemeinert gesprochen – unter sich bleiben) und zum anderen aufgrund der fehlenden Motivation sprachliche und ethnische Barrieren zu

266 Ebenda. S.52f.

267 SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Das neue Autonomiestatut. 13. Auflage. Bozen: Landespresseamt, 2006. S.107. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116246 [Format: PDF; Stand: 9.12.2008].

268 Dekret des Präsidenten der Republik: Sonderstatut für die Region Trentino-Südtirol. Nr. 670, Art. 19, Absatz 1. 1972. IN: AUTONOME PROVINZ BOZEN: Deutsches Landesschulamt. Online im WWW unter URL: http://www.schule.suedtirol.it/landesschulamt/recht/art-19_statut.htm [Format: HTML; Stand: 9.12.2008].

überwinden. Des Weiteren muss die Tatsache kritisiert werden, dass es in Südtirol großteils an sprachenübergreifende, gemeinsame Orte, Projekte und Institutionen mangelt, wo sich Menschen aller Sprachgruppen treffen können. Die Zweitsprachkompetenz in Südtirol ist höchst unterschiedlich und sie wird wesentlich determiniert vom jeweiligen Wohnort, von der Schulbildung, von den persönlichen (interethnischen) Kontakten und von der Haltung zur anderen Sprachgruppe bzw. von der Bereitschaft die entsprechende Fremdsprache zu erlernen.

Auch die zweisprachige Regelung der **Ortsnamen** in Südtirol ist verpflichtend und wurde sowohl im Friedensvertrag von 1946, wie auch im neuen Autonomiestatut geregelt und in die Zuständigkeit der Provinz gelegt. Die Frage der Toponomastik ist, ähnlich den jahrzehntelangen Diskussionen in Kärnten, durch ihren symbolischen, ethnischen und historisch-aufgeladenen Charakter – nämlich der unrechtmäßigen und willkürlichen Änderung der Ortsbezeichnungen durch den Fanatiker der „*Italianità*“ Ettore Tolomei (auf den in der Folge noch näher eingegangen werden soll) und der italienischen Faschisten, äußert kontrovers und immer noch hoch aktuell. Die stark emotional besetzten Symbole werden gerne (vornehmlich in Wahlkampfzeiten) thematisiert und als Anlass genommen, um den ethnopolitischen Diskurs anzutreiben und alte Ressentiments zu erwecken. Während die deutschsprachigen SüdtirolerInnen, vor allem der deutschnationale rechte Flügel, dieses „historische Unrecht“ ändern und die italienischen Bezeichnungen abschaffen möchten, würden sich Teile der italienischsprachigen SüdtirolerInnen durch das Entfernen der Ortstafeln in ihrer Identität verletzt und in ihrem Heimatrecht angegriffen fühlen.²⁶⁹

Welches politische Interesse bestimmte Parteien in der stetigen Konstruktion des „Ortstafelstreits“, sowie allgemein in der Förderung einer ethnischen Trennungspolitik haben und welche Rolle die Medien in der (Über-)Betonung und Instrumentalisierung dieser ethnischen Symbole spielen, soll in Kapitel 7.2 und 7.3 näher behandelt werden.

Der verfassungsrechtlich verankerte „**ethnische Proporz**“ ist neben der offiziellen Zwei- bzw. Dreisprachigkeit eine der Grundelemente des neuen Autonomiestatus von 1971/72. Diese Regelung versucht, nach der zahlenmäßigen Stärke der drei Sprachgruppen, welche bei der amtlichen Volkszählung abgegebenen Zugehörigkeitserklärungen alle zehn Jahre ermittelt wird, ein Gleichgewicht in der

269 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.238-250 ; S.287.

Besetzung der öffentlichen Stellen und in der Unterstützung im Sozialbereich (z.B. Zuweisung von Sozialwohnungen, Sozialhilfe, Sozialarbeit, Jugendfürsorge) herzustellen.²⁷⁰ Analog zur Zusammensetzung der Südtioler Bevölkerung aus der Volkszählung von 2001, stehen demnach von 1000 Stellen im öffentlichen Bereich, 691 der deutschen, 265 der italienischen und 44 der ladinischen Sprachgruppe zu.²⁷¹

Der seit mehr als 30 Jahren angewandte „ethnische Proporz“ wird nicht gerade von jedem/r SüdtiolerIn als gerechte Regelung betrachtet, sondern vielfach durch meist laute und unsachliche Diskussionen für politische Zwecke instrumentalisiert und zur ethnischen Verhärtung zwischen den Sprachgruppen missbraucht. So wird der „Sprachenproporz“ auf deutschsprachiger Seite häufig als Wiedergutmachung der Schandtaten aus der Zeit des Faschismus gesehen und als Garant für Gleichheit und Minderheitenschutz (auch für die italienische Sprachgruppe, die in Südtirol ja eine Minderheit darstellt) angepriesen. Andere wiederum diffamieren die Proporzregelung als anachronistisch, da heute die deutschsprachige Bevölkerung nicht mehr benachteiligt wird. Im Gegenteil: gegenwärtig fühlen sich Teile der italienischsprachigen Bevölkerung Südtirols gehandikapt und fordern eine Korrektur des Sprachgruppenproporzes. Diesbezüglich äußert sich Alessandro Urzi von der rechtspopulistischen „Alleanza Nazionale“ in der Süddeutschen Zeitung: „Viele Italiener in Südtirol fühlen sich als Menschen zweiter Klasse in Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Kultur.“²⁷² Schließlich gehen nicht alle mit der Meinung konform, dass der „Proporz“ – oder wie es der verstorbene Südtiroler Politiker der Grünen Alexander Langer nennt: der ethnische „*numerus clausus*“²⁷³ – ein harmonisches Zusammenleben zwischen den Volksgruppen gewährleistet, sondern er betone eher die Spaltung und Abgrenzung der Sprachgemeinschaften und erzeuge demzufolge ein Klima der Quasi-

270 Vgl.: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino-Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008]. Vgl. dazu auch: SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Das neue Autonomiestatut. 13. Auflage. Bozen: Landespresseamt, 2006. S.75 ; S.103. Online im WWW unter URL: www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116246 [Format: PDF; Stand: 9.12.2008].

271 Vgl.: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Volkszählung 2001. Berechnung des Bestandes der drei Sprachgruppen in der Provinz Bozen-Südtirol. Bozen: Autonome Provinz Bozen. Landesinstitut für Statistik: Nr. 17, 2002. S.13. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/ASTAT/downloads/mit17_02.pdf [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

272 URZI, Alessandro. Hier zitiert nach ULRICH, Stefan. IN: SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: Fast ein Fürstentum. Prunk und Proporz in Südtirol. 13.03.2008. S.5. Online im WWW unter URL: http://data3.blog.de/media/250/2403250_d832459491_d.pdf [Format: PDF; Stand: 10.12.2008].

273 LANGER, Alexander. Ethnischer Proporz. Wirklich wünschenswert? IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996. S.213.

Ebenso umstritten ist die im Rahmen der amtlichen Volkszählung, seit 1961 im zehn Jahres-Rhythmus durchgeführte **Sprachgruppenzugehörigkeitserklärung**, bei der jeder/e in Südtiroler ansässige BürgerIn über 14 Jahre sich eindeutig zu einer der drei offiziellen Sprachgruppen zuordnen²⁷⁵ oder zugehörig erklären muss, um nicht wesentliche Bürgerrechte (wie Anspruch auf eine Sozialwohnung oder Berücksichtigung bei der Vergabe von öffentlichen Stellen) zu verlieren. Wie aus Tabelle 6 hervorgeht, ist die Zahl der deutschsprachigen Bevölkerung seit den 1960er Jahren stets gestiegen, während die der italienischen SüdtirolerInnen seit den 1970er sank. Der Bevölkerungsanteil der Ladinier hingegen wuchs in den letzten Jahrzehnten hingegen nur sehr zögernd. Von den insgesamt 116 Gemeinden Südtirols sind – laut Volkszählung von 2001 – fünf mehrheitlich von der italienischen Sprachgruppe vertreten, acht von der ladinischen Gemeinschaft und 103 Gemeinden von der deutschsprachigen Bevölkerung Südtirols.²⁷⁶ Tendenziell kann man feststellen, dass im Hinblick auf die Beschaffenheit der drei Sprachgruppen in Südtirol tendenziell ein Nord-Süd und ein Stadt-Land Gefälle vorherrscht. So residiert die Mehrheit der italienischsprachigen SüdtirolerInnen im südlichen Teil der Provinz und in den verhältnismäßig großen Städten Bozen (mit einem italienischsprachigen Anteil von 73%), Meran (48%) und Salurn (62,19%).²⁷⁷ Der Großteil der deutschsprachigen SüdtirolerInnen lebt auf dem Land und bildet so eine relativ stark geschlossene

274 Vgl.: MAMMING, Ulrich: Der ethnische Proporz in Südtirol. Ein Instrument fortschrittlichen Minderheitenschutz. Referat anlässlich des Pro-Scientia-Stipendiatentreffens. Innsbruck, 2006. Online im WWW unter URL: http://www.proscientia.at/files/2006/Ulrich_Mamming_Der_ethnische_Proporz_in_Suedtirol.pdf [Format: PDF; Stand: 10.12.2008]. Vgl. dazu auch: SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: Fast ein Fürstentum. Prunk und Proporz in Südtirol. 13.03.2008. S.1-5. Online im WWW unter URL: http://data3.blog.de/media/250/2403250_d832459491_d.pdf [Format: PDF; Stand: 10.12.2008]. Vgl. dazu auch: LANGER, Alexander: Ethnischer Proporz. Wirklich wünschenswert? IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996. S.213f. ; S-205f.

275 „Die Zuordnung zu einer Sprachgruppe wurde für jene Personengruppen vorgesehen, die sich zu keiner der drei Sprachgruppen bekennen möchten, hat aber dieselben Auswirkungen [also es hat keine bürgerrechtlich negativen Folgen, *Anm. d. Verf.*].“ WIKIPEDIA: Ethnischer Proporz (Südtirol). Online im WWW unter URL: [http://de.wikipedia.org/wiki/Ethnischer_Proporz_\(S%C3%BCdtirol\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Ethnischer_Proporz_(S%C3%BCdtirol)) [Format: HTML; Stand: 9.12.2008].

276 Gemeinden mit italienischer Mehrheit: Bozen 73%, Leifers 70,42%, Salurn 62,19%, Branzoll 59,85% und Pfatten 57,09%; Gemeinden mit ladinischen Mehrheit: Wengen 97,67%, St.Martin in Thurn 97,27%, Abtei 93,43%, Enneberg 93,30%, St.Christina in Gröden 91,20%, Corvara 91%, Wolkenstein 87,84% und St.Ulrich 82,32%; Auswahl der Gemeinden mit deutscher Mehrheit: St. Pankraz 99,81%, Laurein 99,72%, Rodeneck 99,64%. Insgesamt haben 25 Gemeinden einen deutschsprachigen Anteil über 98%, 69 Gemeinden mehr als 95% und 81 Gemeinden mehr als 90%. Vgl.: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Volkszählung 2001. Berechnung des Bestandes der drei Sprachgruppen in der Provinz Bozen-Südtirol. Bozen: Autonome Provinz Bozen. Landesinstitut für Statistik: Nr. 17, 2002. S.11. Online im WWW unter URL http://www.provincia.bz.it/ASTAT/downloads/mit17_02.pdf [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

277 Ebenda.

Einheit, während vorwiegend in den städtischen Gebieten ein (begrenzter) interkultureller Austausch gepflegt wird. (Siehe Abbildung 10)

JAHRE ANNI	Deutsche Tedeschi	Italiener Italiani	Ladiner Ladini	Andere (b) Altri (b)	Insgesamt Totale
Absolute Werte / Dati assoluti					
1880	186.087	6.884	8.822	3.513	205.306
1890	187.100	9.369	8.954	4.862	210.285
1900	197.822	8.916	8.907	7.149	222.794
1910	223.913	7.339	9.429	10.770	251.451
1921	193.271	27.048	9.910	24.506	254.735
1961	232.717	128.271	12.594	281	373.863
1971	260.351	137.759	15.456	475	414.041
1981	279.544	123.695	17.736	9.593	430.568
1991	287.503	116.914	18.434	17.657	440.508
2001	296.461	113.494	18.736	34.308	462.999

Tabelle 6: Wohnbevölkerung in Südtirol nach Sprachgruppen laut Volkszählung von 1880 bis 2001.²⁷⁸

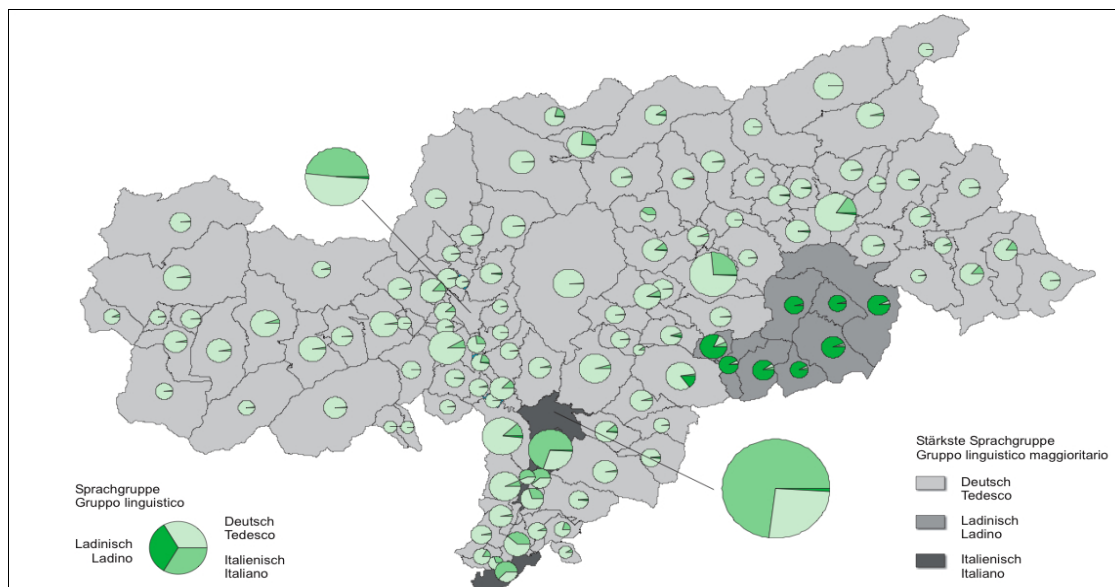


Abbildung 10: Sprachgruppenzugehörigkeits- und -zordnungserklärungen nach Gemeinden laut Volkszählung 2001. Angaben in Prozent.

Die Tatsache, dass in Südtirol die amtliche Volkszählung zur Erhebung der Sprachgruppenzusammensetzung nicht ausreicht, sondern dass jeder/e BürgerIn quasi gezwungen wird sich für eine Gemeinschaft zu entscheiden, wird seit jeher heftig

²⁷⁸ Als "Andere" konnten in den einzelnen Jahren stets verschieden definierte Personengruppen zuordnen: 1880, 1890 und 1900: "Einheimische" mit einer anderen Umgangssprache und "Nichteinheimischen"; 1910: italienische Staatsbürger mit einer anderen Umgangssprache und Nicht-Staatsangehörigen; 1921: Ausländer; 1961: alle Ansässigen mit einer anderen Umgangssprache; 1971: alle Ansässigen, die sich zu keiner der drei Sprachgruppen zugehörig erklärten; 1981: die ansässigen Inländer ohne gültige Erklärung der Sprachgruppenzugehörigkeit und die ansässigen Ausländer; 1991: die ungültigen Erklärungen, die zeitweilig abwesenden Personen und die ansässigen Ausländer. Vgl.: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): 2001 – Statistisches Jahrbuch für Südtirol. Bozen: Autonome Provinz Bozen. Landesinstitut für Statistik, 2001. S.108. Online im WWW unter URL: http://www.provinz.bz.it/astat/jb2001/JB_2001.pdf [Format: PDF; Stand: 9.12.2008].

kritisiert. Besonders Alexander Langer wehrte sich vehement gegen diese ungerechte (da der „Proporz“ die zahlenmäßig stärkste Gruppe favorisiere) und aufoktrozierte Regelung. Nach seiner Ansicht akzentuiere dieses Instrument unnötigerweise die ethnischen Unterschiede und behindere somit die Integration und das multikulturelle *Zusammenleben*. Diesbezüglich stellt Langer kritisch fest: ²⁷⁹

„Normalerweise bedarf es keiner besonderen Festlegung, um die ethnische Zugehörigkeit zu bestimmen und abzugrenzen: sie geht auf Geschichte, Tradition, Erziehung, Gewohnheiten zurück, noch lange bevor sie bewußte Option, gewollte Entscheidung wird. Je rigider und je forciierter aber die Festlegung der Zugehörigkeit und die Abgrenzung gegenüber anderen wird, desto bedrohlicheres Konfliktpotential steckt in solchen Regelungen. Die Aufbauschung ethnischer Treue oder gar die erzwungene ethnische Loyalität etwa im Gebrauch der Sprache, Teilnahme an religiösen Übungen oder in der Bekleidung (bis hin zum Uniformzwang), aber auch im alltäglichen Verhalten, und erst recht die gesetzliche Definition einer rechtswirksamen Zugehörigkeit (samt Eintragung in Register oder dergleichen) tragen in sich den unheilvollen Auftrag, einander zu zählen und zu messen, was auch Kraftproben, Tauziehen und Majorisierung bedeuten kann – bis hin zur Errichtung von Barrikaden und sonstigen geradezu physischen Grenzziehungen.“²⁸⁰

Diese – von einigen als Parallelgesellschaft oder als striktes Nebeneinander-her-leben empfundene – Situation in Südtirol wurde und wird vorwiegend durch eine, vor allem von der Südtiroler Volkspartei²⁸¹ seit Jahren betriebene **Trennungspolitik** nach dem Motto des SVP-Politikers und langjährigen Landesrat für deutsche Schule und Kultur, Anton Zelger „Je klarer wir trennen, desto besser verstehen wir uns“²⁸² konsequent gefördert und weiterverfolgt. Die SVP, welche seit 1945 über die absolute Mehrheit im Landtag verfügt, ist laut Grundsatzprogramm, die Sammelpartei der deutschen und ladinischen Südtiroler aller sozialen Schichten. Sie bekennen sich in demokratischem Verantwortungsbewusstsein zur Freiheit, zum Volk und zur Heimat und als politische Zielsetzung haben sie die Sicherung und Förderung der deutschen und ladinischen Volksgruppe, sowie deren Festigung als Mehrheit in ihrer angestammten Heimat auf ihre Fahnen geschrieben. ²⁸³ Zur Politik der SVP stellte der Politikwissenschaftler

279 Vgl.: LANGER, Alexander. Das Südtiroler Pendel. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996. S.125 ; S.213f.

280 LANGER, Alexander: Die Mehrheit der Minderheiten. Warum wird unsere Welt vom ethnischen Sauberkeitswahn und vom grundlosen Vertrauen in Mehrheiten beherrscht? Berlin: Wagenbach, 1996. S. 122-141.

281 Eine derartige, primär auf die Vorteile der eigenen Sprachgruppe bedachte Trennungspolitik wird jedoch auch von anderen, vorwiegend rechts gerichteten Parteien, wie die „Freiheitlichen“, die „Union für Südtirol“ oder die „Süd-Tiroler Freiheit“, welche Selbstbestimmung für Südtirol und Abspaltung von Italien fordern, geführt.

282 ZELGER, Anton. Hier zitiert nach: LANGER, Alexander: Miteinander, Nebeneinander. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S.179.

283 Vgl.: SÜDTIROLER VOLKSPARTEI (SVP): Grundsatzprogramm. Teil 1.Artikel 2. 1993. Online

Günther Pallaver im Experteninterview folgendes fest:

„[...] Sie [die SVP, *Anm. d. Verf.*] hat seit jeher diese Politik der Abgrenzung gefördert und durchgezogen. Institutionell und natürlich auch in der Politik. Man muss allerdings sagen, dass in den letzten 20-30 Jahren sich natürlich Einiges getan hat [...] Aber das Grundmuster bleibt eben diese ethnische Trennung. Das ist also die Logik von der die Südtiroler Volkspartei ausgeht, weil damit angeblich die Identität der deutschsprachigen Südtiroler nur so gewahrt werden kann.“²⁸⁴

Pallaver definiert das politische System in Südtirol als **Konkordanzdemokratie**. Ziel dieses Modells ist es den politischen Wettbewerb und das Mehrheitsprinzip zu reduzieren und die Kooperation verschiedener Parteien, die durch das Vetorecht der Minderheiten und durch einen Elitenkonsens charakterisiert sind, zu stärken. Während auf der Ebene der Politik zwischen den verschiedenen Sprachgruppen zusammengearbeitet wird, herrscht in der Zivilgesellschaft eine ethnische Trennung.²⁸⁵ Vor allem im Zusammenhang mit dem, nach Sprachgruppen getrennten, Bildungs- und Kulturbereich moniert Obengenannter:

„Der Umstand, dass sich beispielsweise die Südtiroler Volkspartei vehement gegen eine zweisprachige Schule wendet, weist eben darauf hin, dass das Prinzip der Trennung nach wie vor aufrecht erhalten bleibt. [...] Neben der Schule sehen wir dies etwa auch in den kulturellen Bereichen. Es gibt in den Dörfern zwei Bibliotheken, eine deutschsprachige und eine italienischsprachige. Das Schulsystem und die Kindergärten sind insgesamt so. Es gibt auch nach wie vor die Unterstützung, dass zum Beispiel die Gewerkschaften ethnisch getrennt sind. Es gibt also hier eine starke Demarkationslinie²⁸⁶, die die Zivilgesellschaft, das Vereinsleben und auch die hohe Politik betreffen. [...] Es gibt ethnisch getrennte Verbändewesen. Das sind also vor allem die Säulen auf denen diese ethnische Trennung aufbaut!“²⁸⁷

Dieses separate Gesellschaftssystem, sowie das Bewusstsein für ethnische Zugehörigkeit bzw. die Identifikation mit einer bestimmten Gemeinschaft wird bereits von Kindheit an ausgebildet, verinnerlicht und unhinterfragt als „normal“

im WWW unter URL: <http://www.svpartei.org/de/politik/grundsatzprogramm/3.html> [Format: HTML; Stand: 11.12.2008].

284 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

285 Vgl.: PALLAVER, Günther: Südtirols Konkordanzdemokratie. S.527-536. Online im WWW unter URL: http://www.uibk.ac.at/politikwissenschaft/mitarbeiterinnen/pallaver/pdf/pallaver_527-555_tedesco.pdf [Format: PDF; Stand: 11.12.2008].

286 „Demarkationslinie: durch Vertrag zwischen Staaten oder Kriegsparteien festgelegte Grenzlinie, die keine völkerrechtliche Grenze ist, sondern die jeweiligen Hoheitsbefugnisse oder Einflussphären voneinander trennt. Durch Demarkationslinien wurden 1945 die Zonen der vier Besatzungsmächte in Österreich begrenzt.“ AEIOU: Das annotierbare, elektronische, interaktive, österreichische Universal- und Informationssystem. Online im WWW unter URL: <http://aeiou.iicm.tugraz.at/aeiou.encyclop.d/d197647.htm> [Format: HTML; Stand: 11.12.2008].

287 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

hingenommen. Die nach Sprachgruppen getrennten Kindergärten²⁸⁸, Schulen, (Sport-) Vereine und allgemein die ethnisch separierte Kultur verstärkt somit nicht nur die Vorstellung eines getrennten Gruppensystems, sondern sie verhindert (un-bewusst) die Bildung einer sprachgruppenübergreifenden Südtiroler Identität.²⁸⁹ Alexander Langer²⁹⁰ kritisierte die Politik der SVP, da sie es versäumte, vor allem in den vielversprechenden 1970er Jahren, ein anderes, gemeinschaftliches Südtirol aufzubauen.

„Das politische System Südtirols und dessen kleinliche Ausgestaltung auf allen Ebenen hat die Voraussetzungen für eine ‚Kultur des Zusammenlebens‘ verkümmern lassen bzw. sogar bewußt abgebaut, und stattdessen die Elemente einer gegenteiligen Kultur gezielt entwickelt und gefördert: es herrscht eher eine Kultur des ethnischen Tauziehens, der beständigen Abgrenzung, des Zwangs zur ethnischen Geschlossenheit und Blockbildung, der Frontstellung gegeneinander vor. In der Diskussion um die Autonomie wird vor allem von SVP-Seiten her immer wieder betont, daß der eigentliche Zweck der Schutz der Tiroler Minderheit, nicht das Zusammenleben sei [...]“²⁹¹

Dieser seit Jahrzehnten mal explizit, mal unterschwellig ausgetragene Machtkampf – „das ethnische Pendel Südtirols“ wie es Alexander Langer treffend formuliert – zwischen der deutschsprachigen- und italienischsprachigen Bevölkerung Südtirols, soll in Kapitel 7.3 noch genauer untersucht werden. Wie sich diese ethnische Trennungspolitik manifestiert bzw. auf die Gesellschaft auswirkt und welche Rolle das Politik- und Medienwesen auf die Identität der Bewohner dieser Provinz hat, soll in Kapitel 7.2 thematisiert werden. Schließlich sollen in Kapitel 8.1 Überlegungen angestellt werden, wie ein offener, multikultureller Kanal dieser ethnisch getrennten Gesellschaft entgegentreten kann und welche Impulse ein derartiges Projekt setzen könnte. Doch vorher soll, zum besseren Verständnis der heutigen Situation, im nächsten Abschnitt ein kurzer geschichtlicher Teil angeführt werden.

288 Über die besondere Funktion der „Sozialisationsinstanzen“ Kindergarten und Schule zum Verinnerlichen des ethnisch getrennten Systems äußert sich Prof. Pallaver wie folgt. „Die Kindergärten in Österreich haben die Funktion, die Kinder zu betreuen und zu erziehen. Hier in Südtirol kommt neben dieser Grundfunktion auch noch eine andere hinzu, nämlich die deutsche Sprache bei der Erziehung der Kinder stärker in den Mittelpunkt zu setzen. Sehr viele Tätigkeiten haben hier eine ethnische Konnotation, bewusst oder auch unbewusst.“ PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

289 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.60 ; S.180.

290 Langer versuchte jahrzehntelang dieser Trennungslogik entgegenzutreten, indem er nicht nur ein gemeinsames Aufeinander-zu-gehen und gegenseitiges Verständnis/Vertrauen forderte, sondern auch mehrsprachige Projekte initiierte („Die Brücke“), sowie eine interkulturelle Bürgerliste ins Leben rief.

291 LANGER, Alexander: Über das Zusammenleben in Südtirol. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996. S.179.

6.2 Kurze Geschichte Südtirols

Nach Auffassung des Verfassers ist es wesentlich, hier einen kurzen geschichtlichen Abriss vorzunehmen, um die Trennung der beiden Sprachgruppen in zwei in sich geschlossenen, sich großteils abgrenzenden und nebeneinander-her-lebenden Blöcken besser zu verstehen. Ferner soll der nachfolgende geschichtliche Teil die tiefsitzende und komplexe Frage nach der jeweils eigenen Identität (und der Differenz zur anderen Gruppe) in ihrer vollen Tragweite besser erkennbar machen. Die geschichtliche Dimension soll die teilweise immer noch vorhandenen Ressentiments beider Sprachgruppen nachvollziehbarer und die jahrzehntelange Abgrenzungspolitik der SVP verständlicher machen. Schließlich sollen die kontroversen Diskussionen rund um Themen wie bilingualer Unterricht, Toponomastik, Proporzregelung, Selbstbestimmung oder brisante Symbole, wie das faschistische „Siegesdenkmal“ oder das „Südtirol ist nicht Italien“-Schild am Brenner, durch die in der Folge gewonnenen geschichtlichen Perspektive, deutlicher gemacht werden. Dabei kann und soll hier sicherlich kein umfangreiches, lückenloses Geschichtsbild Südtirols angefertigt werden; dieser Abschnitt soll lediglich zum besseren Verständnis der gegenwärtigen politischen und gesellschaftlichen (Macht-)Verhältnisse, der Selbst- und Fremdbilder der deutsch- und italienischsprachigen Bevölkerung des Landes und nicht zuletzt der latenten ethnischen Spannungen dienen.

6.2.2 Südtirol vor dem 1. Weltkrieg

Nachdem Gesamt-Tirol von Österreich getrennt und an das Königreich Bayern angeschlossen wurde, kam es 1809 zum Tiroler Volksaufstand, welcher vom Passeirer Gastwirt und Viehhändler **Adreas Hofer** (der immer noch von den deutschsprachigen SüdtirolerInnen als Held gefeiert und als Mythos hochstilisiert wird) gegen die napoleonisch-bayrischen Truppen angeführt wurde. 1810 wurde Gesamt-Tirol kurzzeitig zwischen Bayern, dem von Napoleon neu gegründeten „Regno d’Italia“ und den „Illyrischen Provinzen“ des Kaiserreiches Frankreich geteilt. Nach dem Ende des Napoleonischen Reichs wurden die Grenzen im „Wiener Kongress“ von 1814-1815 neu geregelt und Tirol wurde wieder dem Österreichisch-Ungarischen Kaiserreich zugesprochen. Nach dem „Wiener Kongress“ flammten, analog zu den nationalistischen Tendenzen in ganz Europa, Forderungen zur Einigung Italiens („risorgimento“) auf. So verlangte man in rechtsnationalistischen Kreisen die

Trennung der Gebiete Trient, Friaul, Istrien und Triest von Österreich-Ungarn und man stellte Gebietsansprüche bis zur „natürlichen Grenze Italiens“²⁹² am Brenner. („Irrendentismus“)²⁹³

6.2.2 Annexion durch Italien

Nach der Ermordung des österreich-ungarischen Thronfolgers Franz Ferdinand in Sarajevo, begann am 28. Juli 1914 der Erste Weltkrieg. Anfangs erklärte sich Italien, das sowohl mit dem Deutschen Reich und Österreich-Ungarn, als auch mit den „Entente“-Mächten verhandelte, neutral. Im Geheimvertrag von London im Jahre 1915 wurde Italien von Frankreich und England die Gebiete bis zur Brennergrenze angeboten. Daraufhin erklärte man den Mittelmächten den Krieg. Im Jahre 1919 wurde im „Vertrag von St. Germain“ Tirol südlich des Brenners **Italien zugesichert** und sogleich von italienischen Truppen okkupiert. In den insgesamt 381 Artikeln wurden keine Maßnahmen zum Schutz der Minderheiten in Südtirol eingefügt. Zwar versicherte der italienische König Vittorio Emanuele der Südtiroler Bevölkerung, die zu jenem Zeitpunkt aus 200.000 deutschsprachigen-, 10.000 ladinischsprachigen-, 15.000 italienischsprachigen BürgerInnen und 25.000 „Staatsfremden“ (vor allem so genannte „Altösterreicher“) bestand, Schutz und Selbstverwaltung, doch bereits kurze Zeit später (1922) wurde der König von den Faschisten, angeführt vom „Duce“ (Führer) Benito Mussolini, gestürzt.²⁹⁴

292 Diese Bezeichnung wurde durch den im Jahre 1865 in Rovereto geborenen Faschisten Ettore Tolomei geprägt. Dieser verfolgte mit extremen Fanatismus die Italianisierung Südtirols und forderte die Grenzziehung gemäß der Wasserscheide am Alpenhauptkamm am Brenner. 1922 führte er den faschistischen Sturm auf das Bozner Rathaus, welcher den Marsch auf Rom einleitete, an. Damals verbreiteten die Faschisten Flugblätter mit folgendem Text: „Ein Schrei genügt und wir haben diesen schweinischen Abschaum eines überständigen Österreich hinweggefegt.“ Tolomei wurde während des Faschismus zum Senator ernannt und in den Grafenstand erhoben. Doch auch das demokratische Italien bestätigte ihn 1946 als Senator. Am 26.5.1952 starb er und erhielt unter Teilnahme von höchsten Vertretern der italienischen Regierung ein Staatsbegräbnis.“ Vgl.: ZEITGESCHICHTE INFORMATIONEN SYSTEM: 14.2.1961: Anschläge gegen Denkmäler in Südtirol. Online im WWW unter URL: http://zis.uibk.ac.at/stirol_doku/dokumente/19610214.html [Format: HTML; Stand: 12.12.2008]. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.68ff.

293 Vgl: SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.18ff. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008]. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.67f. Vgl. dazu auch: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

294 Vgl: SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.23. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008]. Vgl. dazu auch: FREIBERG, Walter / FONTANA, Josef (Hrsg.): Südtirol und der italienische Nationalismus. Entstehung und Entwicklung einer europäischen Minderheitenfrage. Inns-

6.2.3 Südtirol zwischen italienischem Faschismus und deutschem Nationalsozialismus

Der Diktator Mussolini bezweckte die totale Vernichtung der deutschen Minderheit durch Entnationalisierung und Aussiedlung der deutschsprachigen Südtiroler, sowie Massenansiedlung von Italienern in der Provinz. Die Politik der systematischen **Italianisierung Südtirols** wurde vor allem durch den, bis heute von deutschsprachigen Südtirolern verhassten, „Totengräber“ Ettore Tolomei betrieben. Er verbot per Dekret den deutschsprachigen Unterricht, löste alle deutschsprachigen Vereine und sozialen Verbände (Gewerkschaft, Bauernbund) auf und beraubte sie ihres Vermögens. Des Weiteren wurde die Ausübung deutschsprachiger Kultur untersagt und italienische Ortsnamen eingeführt. Schließlich wurde der Name Tirol verboten. Somit wurde alles, was deutsch war, aus dem öffentlichen Leben verbannt! 1935 markiert die zweite Phase der Italianisierung Südtirols. Durch eine aggressive Ansiedlungspolitik, die die Gründung einer Industriezone für ausschließlich Italiener vorsah, sollte die deutsch- und ladinischsprachige Gemeinschaft schwächen und die Bevölkerungsstruktur massiv zu Gunsten der Italiener – welche bis Ende 1930 auf eine Zahl von 81.000 Personen stieg – verändern.²⁹⁵

1939 unterschrieben Mussolini und Hitler in Berlin ein Umsiedlungsabkommen (**Option**), wonach sich deutsch- und ladinischsprachige SüdtirolerInnen entscheiden mussten, ob sie ins Deutsche Reich auswandern (nach Polen, Ukraine oder auf die Krim) oder in Südtirol als italienische Staatsbürger, ohne jeglicher Bürgerrechte, ohne Minderheitenschutz und mit Verzicht auf ihre Südtiroler Identität, leben wollten. Diese äußerst schwierige Entscheidung musste vor dem Hintergrund des faschistischen Terrors einerseits und der Propaganda Joseph Goebbels für die Umsiedlung ins „Deutsche Reich“ andererseits (so setzte er das Gerücht in die Welt, dass Dableiber von Mussolini nach Sizilien umgesiedelt werden würden) getroffen werden. Das

bruck: Schlern Schriften, 1994. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.67f. Vgl. dazu auch: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

²⁹⁵ Vgl: SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.23-27. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008]. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.68-73. Vgl. dazu auch: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

umstrittene²⁹⁶ Ergebnis vom 1.1.1940 stellte fest, dass in der damaligen Provinz Bozen (ohne Unterland) 166.488 SüdtirolerInnen und in den Provinzen Trient (Unterland), Udine und Belluno 16.572 BürgerInnen für Deutschland optierten („Geher“) und sich 63.017 Menschen in der Provinz Bozen, sowie 19.530 Personen in den anderen drei Provinzen für das Nicht-optieren („Dableiber“) entschieden. In der Folge optierten tatsächlich insgesamt 75.000 Südtiroler; einzig und allein die weitere Entwicklung des Zweiten Weltkriegs verhinderte die völlige Durchführung des Abkommens. Dennoch hat „[...] die Option [...] im Volk eine tiefe Kluft gerissen. Die Minderheit der Nichtoptanten, der Dableiber, war schweren Anfeindungen und Übergriffen von seiten der Optantenmehrheit [insgesamt 86%, *Anm. d. Verf.*] ausgesetzt.“²⁹⁷ Die widerwillige und unmenschliche Abstimmung von 1939 und die faschistische Oppression allgemein, stellte zweifelsfrei eine der einschneidendsten Episoden für Südtirol dar.²⁹⁸

Nachdem Italien mit den Alliierten einen Waffenstillstand geschlossen hat, besetzten im Jahre 1943 **Truppen der Wehrmacht** das Südtiroler Gebiet. Der Tiroler Gauleiter Franz Hofer wurde zum Obersten Kommissar bestellt und griff, vor allem mit den deutschsprachigen „Dableibern“, hart durch. So setzte er auf die Verweigerung des Einberufungsbefehls die Todesstrafe an und die Familien der Kriegsdienstverweigerer wurden in das berüchtigte Arbeits- und Durchgangslager in der Kaiserau bei Bozen in Sippenhaft gebracht. Im Zeitraum von 1943-1945 wurden wegen Widerstandes gegen das nationalsozialistische Regime 24 Südtiroler erschossen, 166 in Konzentrationslager deportiert und 140 ins Gefängnis gebracht. Insgesamt verloren im Zweiten Weltkrieg 8025 Südtiroler ihr Leben.²⁹⁹

296 „Die Zahl der Nichtoptanten wird mit 63.017 in der Provinz Bozen und 19.530 in den anderen drei Provinzen angegeben. Diese Zahlen sind sicher im italienischen Sinne frisiert worden. Verlässlichen privaten Quellen zufolge haben sich von den 246.036 Optionsberechtigten der heutigen Provinz Bozen mit dem Unterland 211.799 für die deutsche Staatsbürgerschaft entschieden und 34.237 für die Beibehaltung der italienischen.“ SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.25. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

297 SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.25f. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

298 Vgl. SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.23-27. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008]. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.68-73. Vgl. dazu auch: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

299 Vgl. Ebenda.

Die jahrelange Besatzung und Schreckensherrschaft sowohl des italienischen Faschismus, als auch des deutschen Nationalsozialismus verhärteten die politischen Fronten der zwei Sprachgruppen und erschwerte ein vorurteilsfreies, friedliches Zusammenleben. Diese doppelte geschichtliche Hypothek – wie es Alexander Langer nennt – belastet bis heute das Selbstverständnis und -bewusstsein der SüdtirolerInnen. Das tiefsitzende Misstrauen zwischen beiden Sprachgruppen, der (besonders in den darauf folgenden Jahrzehnten explizit vorherrschende) ethnische Konflikt, die Angst vor Assimilierung, das Trauma der deutschsprachigen Südtiroler durch die Trennung vom „Mutternaturraum“, die mangelnde Geschichtsaufarbeitung und „Entnazifizierung“, sowie die teilweise unzureichende Distanz vieler SüdtirolerInnen zum Nationalsozialismus sind das schwere Erbe dieser Zeit und auch heute noch latent spürbar.³⁰⁰

6.2.4 Südtirol nach dem 2. Weltkrieg: Der lange Weg zur Autonomie

1946 wurde im **Pariser Friedensvertrag** festgelegt, dass Südtirol weiterhin Teil Italiens bleiben soll, aber man sicherte der deutsch- und ladinischsprachigen Minderheit durch das **Gruber-Degasperi-Abkommen** besondere Regelungen zum Schutze ihrer Kultur, Sprache, Politik und Wirtschaft zu. So wurde der deutschsprachigen Bevölkerung neben der vollen Gleichberechtigung mit den italienischsprachigen Einwohnern, die Ausübung einer autonomen regionalen Gesetzgebungs- und Vollzugsgewalt, der Schulunterricht in der Muttersprache und die Gleichstellung der Sprachen zuerkannt. Ferner soll eine gleichberechtigte Zulassung zu öffentlichen Ämtern gesichert werden („ethnischer Proporz“) und jede(r) SüdtirolerIn soll das Recht erhalten, die in den vergangenen Jahren „italianisierten“ Familiennamen wieder umzuändern. Ferner sollte Italien die rechtswidrige Option von 1939 revidieren. Eines der wichtigsten Regelungen dieses Vertrages ist schließlich die **Gewährung einer Autonomie** für die Provinz Bozen-Südtirol. Die Tatsache, dass das Gruber-Degasperi-Abkommen im Friedensvertrag von Paris eingebettet ist, machte die Südtirolthematik, welche vor allem in den 1950er-1960er für Spannungen sorgte, zu einer internationalen Frage.³⁰¹

300 Vgl. Ebenda. Vgl. dazu auch: LANGER, Alexander: Zum Selbstverständnis der Südtiroler. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996. S.54f.

301 Vgl: SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.27-32. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008]. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol.

Nach Inkrafttreten des **ersten Autonomiestatuts** im Jahre 1948, welches die Provinzen Bozen und Trient zu einer Region inklusive einer gemeinschaftlichen regionalen Regierung zusammenfasste, kam es, infolge mangelnder Mitbestimmung der deutschsprachigen Bevölkerung, sowie der großteils unzureichenden Umsetzung des Autonomiestatuts und des Gruber-Degasperi-Abkommens, zunehmend zu politischen und sozialen Spannungen. Zudem wollte der Staat die italienische Zuwanderung³⁰² durch die Errichtung eines neuen Stadtteiles mit 5000 Wohnungen forcieren. Dies führte zur, vom neu gewählten SVP-Obmann Silvius Magnago angeführten, Massenkundgebung auf Schloss Sigmundskron im Jahre 1957. Bei diesem Aufmarsch protestierten 35.000 SüdtirolerInnen gegen die Unterwanderung ihrer Heimat und die Nichterfüllung des Pariser Vertrages und forderten das „**Los von Trient!**“, sowie eine ausgedehnte Autonomie.³⁰³

Im Jahre 1960 brachte schließlich der österreichische Außenminister Kreisky die Südtirolfrage vor die **Vereinten Nationen**. Auf Anforderung der UNO eine friedliche Lösung in der Südtirol Problematik zu finden, kam es zu mehreren (erfolglosen) Verhandlungen und dem Einsatz der so genannten 19er Kommission (diese aus 7 Südtirolern, 11 Italienern und einem Ladinern bestand). Diese Zeit war überschattet von mehrfachen Bombenanschlägen des **Befreiungsausschusses Südtirol** (BAS), der vom italienischem Staat als terroristische Gruppierung eingestuft, von den deutschsprachigen Südtirolern hingegen als Freiheitskampf angesehen wurde. Höhepunkt der ersten Phase³⁰⁴, in der die BAS keine Anschläge auf Menschen, sondern

Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.73ff. Vgl. dazu auch: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

302 „Tatsächlich ist die Zahl der Italienischsprachigen in Südtirol - vor allem wegen der Zuwanderungspolitik während des Faschismus - zunächst von drei Prozent im Jahr 1910 auf 35 Prozent im Jahr 1961 gestiegen; seitdem ist sie auf heute 25 Prozent gefallen.“ SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: Fast ein Fürstentum. Prunk und Proporz in Südtirol. 13.03.2008. S.3. Online im WWW unter URL: http://data3.blog.de/media/250/2403250_d832459491_d.pdf [Format: PDF; Stand: 10.12.2008].

303 Vgl: SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespressesamt, 2007. S.27-40. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008]. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol.

Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.74-78. Vgl. dazu auch: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

304 Die zweite, viel brutalere Phase der BAS ist durch Mordanschlägen auf 14 Ordnungshüter geprägt. Die Bilanz der BAS Anschläge insgesamt ist erschreckend: „In den 32 Jahren der Unruhe vom 20. September 1956 bis zum 30. Oktober 1988 wurden 361 Attentate verübt. 21 Tote (15 Ordnungshüter, 2 Zivilisten) und 4 Aktivisten) und 57 Verletzte (24 unter den italienischen Ordnungshütern, 33 Zivilisten) sind zu beklagen. Die italienische Gerichtsbarkeit verurteilte 157 Personen: 103 Südtiroler, 40 Österreicher, 14 Deutsche.“ WIKIPEDIA: Befreiungsausschuss Südtirol. Online im WWW Unter URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Befreiungsausschuss_S%C3%BCdtirol [Format: HTML; Stand: 14.12.2008].

sich lediglich auf die Zerstörung von staatlichen Symbolen und Strommasten fokussierte, war die so genannte „Feuernacht“, die Nacht zum Herz-Jesu-Sonntag vom 12. Juni 1961. In der Folge verübten italienische Polizei- und Spezialtruppen zunehmend Gegenterror, indem sie zahlreiche Häuser durchsuchten, Verdächtige inhaftierten und folterten. Diese Zeit war geprägt von Feindseligkeiten, Angst, Hass und einer gegenseitigen Polarisierung bzw. Absonderung beider Sprachgruppen. Erst im Jahr 1972 trat das von Landeshauptmann Silvius Magnago und dem italienischen Ministerpräsidenten Aldo Moro verhandelte „Paket“, mit insgesamt 137 Maßnahmen zum besseren Schutz der SüdtirolerInnen und einer erweiterten Autonomie, in Kraft.³⁰⁵

6.2.5 Entwicklung bis heute: Gegeneinander, Nebeneinander aber (noch) kein Miteinander

Nach langen Jahren der Gewalt beruhigte sich allmählich die Situation in Südtirol nach Inkrafttreten des **zweiten Autonomiestatuts**. In den folgenden Jahrzehnten konnte nachhaltig Frieden und mehr soziale Gerechtigkeit erreicht und ein Jahrzehnt des Wohlstandes, welches von Modernisierung, Tourismusboom, niedriger Arbeitslosigkeit, wirtschaftlichem Aufschwung und relativer politischer Unabhängigkeit gegenüber Rom gekennzeichnet war, eingeleitet werden. Unter der Bevölkerung, auch unter der italienischen Sprachgruppe, kam sogar eine, wenn auch kurzlebige Autonomie-Euphorie zum Vorschein. Für die deutsche- und ladinische Minderheit begann eine komplett neue Realität, mit der Möglichkeit sich zunehmend selbst zu verwalten. Die Fesseln des despotischen „*siamo in Italia, si parla italiano*“³⁰⁶ schien abgeworfen worden zu sein. Dennoch wurde das „Paket“ nicht nur als ein Schutzinstrument der deutsch- und ladinischsprachigen Bevölkerung angepriesen, sondern auch als Hegemonieinstrument der deutschen Sprachgruppe diffamiert. Zudem sahen sich große Teile der italienischen Bevölkerung in Südtirol durch die, nach Proporz geteilten öffentlichen Arbeitsplätze oder Sozialwohnungen benachteiligt bzw.

305 Vgl: SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.27-40. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008]. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.74-78. Vgl. dazu auch: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

306 Die provokante Formulierung „Wir sind in Italien, hier spricht man italienisch!“ wird häufig von den italienischen Rechten einerseits als Forderung an die deutschsprachigen SüdtirolerInnen sich anzupassen und ausschließlich italienisch zu sprechen benutzt; andererseits steht diese Aussage für das Unverständnis mancher italienischsprachiger SüdtirolerInnen deutsch lernen zu müssen, obwohl sie in einem Land, in dem knapp 60 Millionen Italiener und in einer Provinz leben, die offiziell zum italienischen Staatsgebiet gehört.

diskriminiert. Sie betrachteten die Änderungen des neuen Autonomiestatuts zu Gunsten deutsch- und ladinischsprachiger BürgerInnen mit Argwohn. Unter weiten Teilen der italienischsprachigen SüdtirolerInnen herrschte mangelnde Bereitschaft die deutsche Sprache zu lernen, sowie Unverständnis die Zweisprachigkeitsprüfung als Voraussetzung anzuerkennen, um in den öffentlichen Dienst arbeiten zu können.³⁰⁷

Sowohl italienisch- also auch deutschsprachige Massenmedien erhitzen durch gezielte Hetze und Propaganda, sowie durch Blut- und Boden-Parolen (man nehme nur das Pamphlet von Sebastiano Vassalli „Sangue e suolo“ als Beispiel) das Verhältnis zwischen den Sprachgruppen. Die Auswirkungen dieser (neuerlich) angespannten Situation waren einerseits die Wahlerfolge der italienischen Neofaschisten und die politische Verhärtung auf deutscher Seite. Andererseits kam es Anfang der 1980er wieder verstärkt zu Gewalttaten zwischen den beiden großen Sprachgemeinschaften. Die damalige Trennung bzw. Abgrenzung in der Gesellschaft wie auch, in der Politik beschreibt der ehemalige SVP-Politiker Hubert Frasnelli wie folgt: „Statt aufeinander zuzugehen, igelten sich die Volksgruppen nach und nach mehr ein.“³⁰⁸ Diese Trennungslogik wurde von der Politik bis heute beharrlich weitergeführt und erfuhr ihre konsequente Umsetzung im ethnisch getrennten Bildungs-, Kultur-, Vereins- und Mediensystem, sowie im ethnischen Proporz und in der Sprachgruppenzugehörigkeitserklärung.³⁰⁹

An dieser Stelle sollte kritisch angemerkt werden, dass nach erfolgreicher Beschließung der Autonomie und einer zunehmenden Verbesserung der Situation der drei Sprachgruppen Südtirols, sowohl von Seiten der SVP, als auch von italienischer Seite, die Chance eines gemeinsamen Weges für Südtirol nicht wahrgenommen und geebnet wurde. Es wurden keine oder nur vereinzelte Anstrengungen betrieben multikulturelle, mehrsprachige Projekte, Initiativen, Vereine oder politische Parteien zu

307 Vgl.: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.164- 185. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.78-81. Vgl. dazu auch: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

308 FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.178.

309 Vgl.: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.164- 185. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.78-81. Vgl. dazu auch: AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

gründen. Stattdessen blieben beide Gruppen unter sich und beobachteten bzw. begegneten sich weiterhin mit Misstrauen.³¹⁰ Diesbezüglich formulierte Frasnelli treffend:

„[...] was aber fehlte, war gegenseitiges Vertrauen. Zu lange hatte die nach dem Paketabschluss immer selbstbewusster werdende deutsche Seite darauf geachtet, ihr Haus der Autonomie zu bauen. Was aber sozusagen in Nachbarsgarten vorfiel, wollte man nicht wahrhaben. Dabei übersah man ganz, dass der Nachbar gar nicht im Nebenhaus, sondern zusammen mit uns in ein und demselben Kondominium lebt.“³¹¹

Ein gemeinsames, über sprachliche- und ethnische Kategorien hinausgehendes Miteinander wurde bis heute größtenteils nicht erreicht. Zwar gibt es keine offene Feindschaft, kein explizites Gegeneinander zwischen den beiden Sprachgruppen mehr, doch eine erfolgreiche Integration, ein selbstverständliches Miteinander mehrerer Sprachgruppen – wie dies beispielsweise in der Schweiz vorbildhaft und selbstverständlich (vor)gelebt wird – wurde nicht verwirklicht. Laut Langer wurde in den letzten Jahrzehnten ein systematischer Ausbau von nebeneinander existierenden Parallelgesellschaften betrieben.³¹² Auch Professor Pallaver sieht die Gesellschaftsstruktur dieser beiden ethnisch separierten Sprachgruppen ähnlich.

„Die Südtiroler Gesellschaft ist also ethnisch getrennt. Die Zivilgesellschaften leben nebeneinander. Dass drückt sich im Alltag aus, im Kommunizieren innerhalb der Sprachgruppen. Ich finde da gibt es unsichtbare Grenzen. Dass drückt sich damit aus, dass wir ethnisch getrennte Vereine haben, dass wir ethnisch getrennte Schulsysteme haben, dass wir ethnisch getrennte kulturelle Einrichtungen haben, von Bibliotheken angefangen, bis hin zu den Sportvereinen – es gibt natürlich Ausnahmen. Es drückt sich im Alltag insofern aus, dass es auch hier in der persönlichen Kommunikation unter den einzelnen Sprachgruppen sehr geringe Kommunikationsbrücken gibt. Es gibt natürlich auch Bereiche, wo sich die Menschen treffen, aber das ist eine strikt private Sache und im sehr geringen Umfang. Also die institutionelle Trennung drückt sich auch in der Zivilgesellschaft aus [...]“³¹³

Abschließend sei hier noch der besonders in den letzten Jahren zu beobachtende Rechtsruck in Südtirol erwähnt. So haben rechte/rechtspopulistische Parteien, die einen auf Nationalismus, Chauvinismus und ethnischen Reizthemen aufgebauten Wahlkampf

310 Vgl.: LANGER, Alexander: Miteinander, Nebeneinander. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S.178-182.

311 FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.177.

312 Vgl.: LANGER, Alexander: Nebeneinander, Miteinander! IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996. S.178-182. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.186ff.

313 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

(à la FPÖ, BZÖ) betrieben, sowohl auf italienischsprachiger Seite mit den post/neofaschistischen Parteien „Alleanza Nazionale“, „Lega Nord“, „Popolo della libertà“ und „Unitalia“, als auch auf deutschsprachiger Ebene mit den Freiheitlichen, der „Süd-Tiroler Freiheit“, der „Union für Südtirol“ und Teile der „SVP“, stark zugenommen. Besonders auffällig ist schließlich, dass die Mehrheit der Bevölkerung Südtirols sich primär mit der Partei der eigenen Sprachgruppe identifiziert und diese auch (beständig) wählt. So stellte der Südtiroler Autor und Politiker Hermann Atz im Rahmen der Landtagswahlen 2003 heraus, dass eines der entscheidenden Wahlkriterien die Vertretung der Interessen der eigenen Sprachgemeinschaft darstellt. „Unabhängig von den jeweiligen subjektiven Motiven fließen die Stimmen nämlich zum Großteil den Parteien der eigenen Wahlarena, das heißt der eigenen Sprachgruppe zu.“³¹⁴ (Vergleiche dazu Tabelle 7).

	Deutsch 2003	Ladinisch 2003	Italienisch 2003	Deutsch 1998	Ladinisch 1998	Italienisch 1998*
Südtiroler Volkspartei	20	1		21		
Alleanza Nazionale			3			3
Grüne-DPS	3			1		1
Union für Südtirol	2			2		
Die Freiheitlichen	2			1		
Frieden & Gerechtigkeit			1			1
Unione Autonomista			1			2
Forza Italia			1			1
Unitalia			1			1
Ladins					1	
Alternativa Rosa						
Comunisti Italiani						
Lega Nord						
Insgesamt	7	1	4	4	1	5
%	77,1	2,9	20	71,4	2,9	25,7
Proporz laut Volkszählung	69,2	4,4	26,5	68	4,4	27,6

Tabelle 7: Mandatsverteilung nach Sprachgruppen im Südtiroler Landtag (2003 und 1998).

Dieses Wahlverhalten widerspiegelte sich auch in den Landtagswahlen 2008, bei der die überwiegende Mehrheit der deutschsprachigen SüdtirolerInnen deutschsprachige Parteien (mit Ausnahme der interethnischen Partei der Grünen, die jedoch starke Verluste hinnehmen musste) und der italienischsprachige Teil der Provinz „ihre“ Parteien wählten. (Vergleiche hierzu Abbildung 11 auf der nächsten Seite).

314 ATZ, Hermann: Die Landtagswahlen 2003 in Südtirol. Online im WWW unter URL: <http://www.a-pollis.it/20d253.html> [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

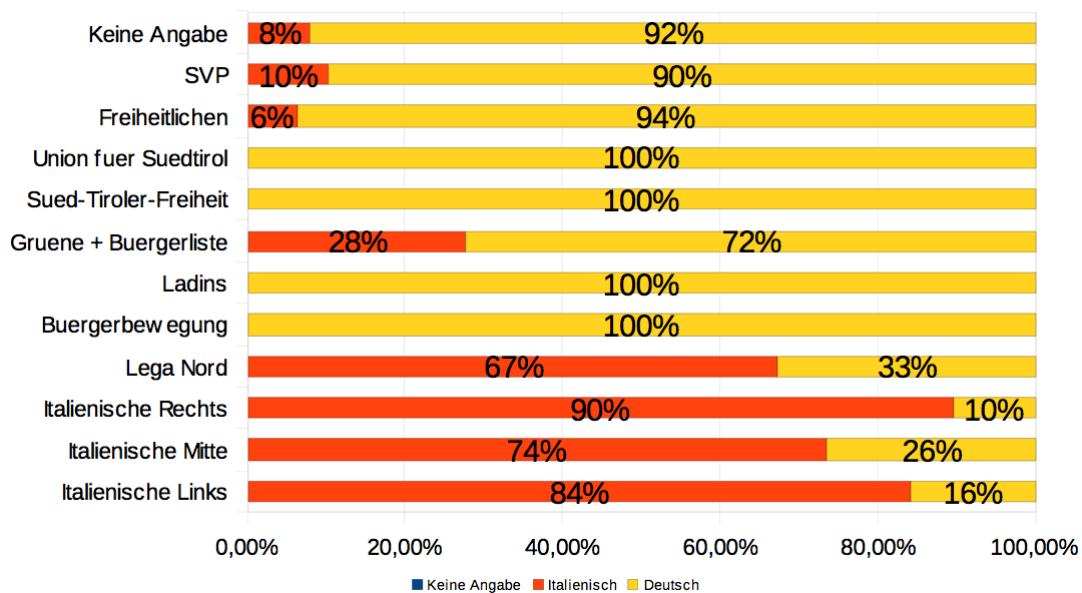


Abbildung 11: Exit Polls zur Südtiroler Landtagswahl 2008 nach Sprachgruppenzugehörigkeit.

Die vorrangig auf die Anliegen und auf Stärkung der eigenen Gruppe bedachten Parteien versuchen nicht nur den *status quo* der ethnischen Trennung und die dazugehörigen ethnischen Trennungsmechanismen aufrechtzuerhalten, sondern sie treiben den Machtkampf zwischen den zwei großen Gemeinschaften Südtirols kontinuierlich an. Besonders mit dem seit Jahren öffentlich debattierten und hochgeschaukelten Thema der Ethnizität bzw. des ethnischen Konflikts wird die „Wir-Ihr“-Abgrenzung weiter verstärkt. Hinzu kommt das Spiel mit der Angst vor einer Assimilierung und Italianisierung oder der Phobie vor einer Überfremdung durch MigrantInnen. Um dieser Logik der ethnisch Trennung entgegenzutreten und um eine gemeinsame, multikulturelle Südtiroler Gesellschaft aufzubauen, muss nach Frasnelli schließlich unbedingt eine „ethnische Abrüstung“ erfolgen.³¹⁵

„In den Köpfen allzu vieler Menschen aller drei Sprachgruppen des Landes existieren noch derart mächtige Mauern. Tiefe Risse verlaufen entlang ethnischer Trennungslinien durch die Gesellschaft Südtirols. Die Politik der Trennung der vergangenen Jahrzehnte war – berechtigt oder nicht – jedenfalls unglaublich wirksam und ist heute noch zu spüren. Der andauernde ethnisch-nationalen-nationalistischen Agitation und Aufschaukelung ist im Geiste der Humanität, des Schutzes und Respekts von Menschen- und Minderheitenrechten – die im Nationalismus und Chauvinismus immer auf der Strecke bleiben - 'ethnische Abrüstung' entgegengesetzt.“³¹⁶

315 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.137-186 ; S.281-290.

316 FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.284.

6.3 Einführung in das (ethnisch getrennte) Mediensystem Südtirols

Allgemein lässt sich feststellen, dass in Südtirol ein breites Spektrum an lokalen, nationalen und internationalen Medien zu Verfügung steht: von deutschsprachigen Zeitungen und Zeitschriften, über italienischsprachige Printmedien jeglicher Art und politischer Färbung, bis hin zum umfangreichen Radio- und Fernsehprogramm. So können in Südtiroler sogar ohne Satellitenanschluss (!) über die Rundfunkanstalt Südtirol (RAS) neben den lokalen und nationalen Fernsehstationen (VB33, RTTR, RAI 1, RAI 2, RAI 3/RAI Sender Bozen, Italia 1, Rete 4, Canale 5, La7, TMC) auch internationale Sender (ORF 1, ORF2, ZDF, ARD, BR) empfangen werden. Während der Medien- und Meinungspluralismus durch die (inter-)nationalen Angebote gewährleistet ist, ist die Medien- und Meinungsvielfalt *in* Südtirol, wie in der Folge gezeigt werden soll, nur bedingt garantiert. Im Printbereich ist die Auswahl deutschsprachiger Medien nahezu auf die Erzeugnisse des Verlagshauses „Athesia“ beschränkt, dessen einflussreichstes Produkt die deutschsprachige Tageszeitung „Dolomiten“ zweifelsohne als Hauptinformationsquelle und als Sprachrohr der deutschsprachigen SüdtirolerInnen bezeichnet werden kann. Im audiovisuellen Bereich gibt es neben den italienischsprachigen Sendern „Videobolzano 33“ und „RTTR“, auf lokaler Ebene lediglich die zeitlich begrenzten Programme des lokalen öffentlich-rechtlichen „RAI Sender Bozen“ und das ORF Magazin „Südtirol Heute“. Besonders erschwerend kommt das Problem der hohen Medien- und Machtkonzentration, sowie die prekäre Verflechtung zwischen Politik und Medien hinzu, da einerseits das Printimperium „Athesia“ eine de-facto Monopolstellung in Südtirol innehat und dementsprechend großen Einfluss auf das Meinungsbild der Bevölkerung ausübt. Andererseits herrschen enge Verbindungen, Abhängigkeiten und Allianzen zwischen SVP und Verlageigner Familie Ebner (die allesamt einflussreiche SVP-Mitglieder sind). Ihre meinungsbildende, manipulative Kraft wird in einem bekannten Spruch wie folgt zusammengefasst: In anderen Ländern hält eine Partei sich eine Zeitung, in Südtirol hält sich eine Zeitung eine Partei!

Eine weitere wesentliche Besonderheit des Mediensystems in Südtirol ist ihre stark ausgeprägte ethnische Orientierung, ihre Autoreferenzialität, sowie allgemein ihre ethnische Trennung. Demnach werden nur gewisse, für die „eigene“ Sprachgruppe relevanten Nachrichten thematisiert und auf ganz bestimmte Art und Weise konstruiert, gegebenenfalls verzerrt und überbetont. Ferner wird die Rolle der eigenen

Gemeinschaft ins Zentrum der Berichterstattung gestellt.³¹⁷ Diesbezüglich bemerkt der Südtiroler Politikwissenschaftler Günther Pallaver:

„Das politische System widerspiegelt sich auch im Mediensystem. Auch das Mediensystem ist ethnisch getrennt. [...] Wir haben deutschsprachiges, ladinisches und italienischsprachiges Fernsehen. Was auffällt ist, dass die Kommunikation im öffentlichen Raum ethnisch getrennt ist und dass die Medien stark autoreferenziell berichten, im Sinne von: es wird über Ereignisse der Minderheit für die Minderheit, der jeweiligen Sprachgruppen berichtet.“³¹⁸

Die ethnozentristische Ausrichtung bestimmter Medien, vornehmlich der „Dolomiten“ auf deutschsprachiger Seite und „L’Alto Adige“ auf italienischsprachiger Ebene und ihre unterschiedliche Art und Weise des Berichtens, Selektierens und Bewertens, werden besonders im Zusammenhang mit ethnischen Reizthemen, wie beispielsweise die Toponomastikfrage, die zweisprachigen Schule oder anhand ethnischer Symbole sichtbar.

„An der Berichterstattung über ethnische Symbole wird besonders deutlich, daß die Medienorgane in den jeweiligen Sprachgruppen – nicht immer bewußt – eine ‚Zementierung‘ ethnischer Bilder begünstigen. Eine Tageszeitung oder ein Sender ist in der Regel auf eine Sprache fixiert. [...] In seiner Aufgabe ist der Journalist daher vordergründig zunächst einer Sprachgruppe besonders verpflichtet.“³¹⁹

Zappe stellt in ihrer Arbeit über das ethnische Zusammenleben in Südtirol des Weiteren fest, dass durch das Aufgreifen vornehmlich ethnisch konnotierter Themen gewisser lokaler Medien, bewusst Meinungen radikalisiert, teilweise Mythen über ethnische Unvereinbarkeit konstruiert und Ressentiments, sowie alte Vorurteile bedienen werden. Den Grund dafür sieht sie einerseits im ökonomisch Gewinn (denn das Geschäft mit solch brisanten und stets aktuellen Themen ist sehr lukrativ) und andererseits von machtpolitischen Interessen bedingt, um die Trennungspolitik zu unterstützen und aufrechtzuerhalten.³²⁰

317 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.247f. Vgl. dazu auch: ATZ, Hermann: Der (ethnische) Medienkonsum der Südtiroler Bevölkerung. IN: PALLAVER, Günther (Hrsg.): Die ethnisch halbierte Wirklichkeit. Innsbruck: Studienverlag, 2006. S.67-88. Vgl. dazu auch: PALLAVER, Günther: Südtirols Konkordanzdemokratie. S.531-536. Online im WWW unter URL: http://www.uibk.ac.at/politikwissenschaft/mitarbeiterinnen/pallaver/pdf/pallaver_527-555_tedesco.pdf [Format: PDF; Stand: 11.12.2008].

318 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

319 ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.247f.

320 Vgl.: Ebenda., S.189-194. S.247ff.

Inwieweit in diesem Zusammenhang ein unabhängiger, mehrsprachiger und multikultureller Offener Fernsehkanal in Südtirol ein Gegengewicht, eine Alternative bzw. ein Korrektiv zu den bestehenden Medien darstellen könnte, soll später (u.a. in Kapitel 8) untersucht werden. Doch vorerst sollen die großen und kleinen Akteure der Südtiroler Medienlandschaft kurz vorgestellt und analysiert werden, um einen besseren Überblick über das hiesige Medienwesen zu bekommen.

6.3.1 Printbereich

Die marktbeherrschende Stellung im Südtiroler Pressewesen, mit einem Umsatz von 61.000.000 Euro (2007)³²¹, nimmt der in den Händen der Ebner-Familie liegende „Athesia“-Verlag ein. Die Verlagsanstalt, welche in den 1970er Jahren 90% der deutschsprachigen Presse kontrollierte³²² (dieses de-facto Monopol wurde durch die Einführung des Magazins „FF“ und dem „Südtiroler Profil“ etwas entkräftet) ist ein Machtkomplex, der großen Einfluss auf die Südtiroler Gesellschaft ausübt. Neben der 100%igen Tochterfirma „Athesia Druck“ gehören dem Marktführer Buchhandlungen, drei Druckereien, das Online-Portal „STOL“, eine Werbeagentur, eine Reisebüroketten und 16 Zeitschriften, Magazine („Zett“, „Südtiroler Wirtschaftszeitung“, „Katholisches Sonntagsblatt“, „Der Schlern“), sowie verschiedene Bezirksblätter („Do Putschn“, „Der Brixner“ etc.).³²³ Das wohl bekannteste und einflussreichste Medienprodukt des „Athesia-Verlags“ ist unbestritten die Tageszeitung „Dolomiten“, mit einer durchschnittlichen Auflage (2006) von 49.744 Stück, sowie 78.186 in der Freitagsausgabe und 58.630 Exemplare am Samstag. Das Medium, welches einen Bekanntheitsgrad von nahezu 100% und einen weitesten Leserkreis von 88% vorweisen kann, hat eine Reichweite von 248.000 LeserInnen. Über 75% der KäuferInnen beziehen die Tageszeitung im Abonnement.³²⁴ Das christlich-konservativ ausgerichtete Sprachrohr der deutschsprachigen Südtiroler war bzw. ist somit auch heute noch *die* Informationsquelle bzw. *das* meinungsbildende (Print-)Medium der Provinz. In Bezug auf den Einfluss der Dolomiten auf Südtirol meint der ehemalige SVP-Politiker Hubert Frasnelli kritisch.³²⁵

321 Vgl.: FF. Das Südtiroler Wochenmagazin: Hauskrach bei Athesia. Nr. 21/ 2008. S.26.

322 Vgl.: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.233.

323 Vgl.: ATHESIA VERLAG: Periodische Publikationen. Online im WWW unter URL: <http://www.athesia.com/athesia/medien/printmedien.asp?SID=0D7F> [Format: HTML; Stand: 20.12.2008].

324 Vgl.: DOLOMITEN: Mediendaten 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.dolomiten.it/athesia/medien/pdf/Mediendaten-Dolomiten-2008.pdf> [Format: PDF; Stand: 20.12.2008].

325 Vgl.: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien,

„Die meinungsbildende und meinungsmanipulative Kraft dieser Tageszeitung ist nach meiner Überzeugung stärker als etwa jene der Kronen Zeitung des Herrn Dichand im Vaterland oder auch der Bild-Zeitung des Springer-Imperiums in Deutschland. [...] Hierzulande ist es der 'Dolomiten' gelungen – sicher eine einmalige Leistung – folgende Haltung bei den Bürgern zu erzielen: *„Ich bin nicht informiert, wenn ich nicht die 'Dolomiten' gelesen habe.“* [Hervorhebung im Original]“³²⁶

Diese einzigartige, seit Jahrzehnten vorherrschende (Macht-)Stellung der Dolomiten, sowie der mangelnde Meinungspluralismus in Südtirol führt(e) häufig zu scharfen Kritiken. So wird der Tageszeitung (analog zu ihrem italienischsprachigen Pendant „Alto Adige“) eine gewisse Sprachrohr- und Manipulationsfunktion vorgeworfen. Sie nütze ihre besondere Stellung zur Meinungsmache aus, um besonders bei politisch oder ethnisch heiklen Themen Stimmung zu machen und Meinungen zu beeinflussen.³²⁷ In ihrer kritischen Analyse des Tagblatts der Südtiroler, wie sich die Zeitung selbst bezeichnet, stellt Erika Webhofer fest, dass die Dolomiten dem Leser überzeugend ihre und die in Südtirol prädominante, christlich-konservative Weltanschauung präsentiere, in der es kein Platz für Gegenstimme und alternative Haltungen gibt.³²⁸

Ein weiterer Kritikpunkt ist das politische, ideologische und personelle Nahverhältnis zur Südtiroler Volkspartei, welches seit der Gründung der Dolomiten durch eben jene, die 1945 die SVP aufbauten, besteht. Die Ziele und Ideale der SVP und der Dolomiten, nämlich die christlich-konservative Weltanschauung, das Bekenntnis zur bzw. die Verteidigung und Aufrechterhaltung der deutschen Kultur und Sprache, der Kampf um die Rechte der deutschen- und ladinischen Minderheiten in Südtirol, sowie die Sicherung ihres politisch-medialen Machtkomplexes sind bis heute kongruent.³²⁹ Dabei manifestiert sich diese politisch-mediale Synergie zwischen Dolomiten und der Südtiroler Volkspartei nicht nur in der Produktion einer meist ausschließlich SVP-konformen Berichterstattung, in der oppositionelle Stimmen kaum oder gar nicht vorkommen – der Journalist Gottfried Solderer spricht diesbezüglich sogar von einer

1994. S.233-254.

326 FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.20.

327 Vgl.: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.240-243.

328 Vgl.: EBHOFFER, Erika: Die „Dolomiten“. Eine konservative Tageszeitung. Ideologiekritische Studien. Diplomarbeit, Universität Innsbruck, 1983. S.383.

329 Vgl.: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.239-243.

„selektierte[n] Hofberichterstattung“³³⁰ der Dolomiten – , sondern auch in den zahlreichen persönlichen Verknüpfungen. So gibt es seit jeher zahlreiche (hohe) Parteimitglieder, die für die große deutschsprachige Tageszeitung arbeiten. Am augenscheinlichsten offenbart sich diese Verquickung in der Gründerfamilie der Athesia, Familie Ebner³³¹ und besonders am heutigem Direktor des Athesia-Verlages Michl Ebner, der zugleich noch EU-Parlamentarier und Präsident der Handelskammer Bozen ist. Die politisch-mediale Machtsymbiose zwischen Dolomiten und SVP (welche in Kapitel 7.4 ausführlicher analysiert werden soll) wird vom Politikwissenschaftler Pallaver wie folgt bewertet.³³²

„In Südtirol gibt es eine eindeutige Verbindung zwischen Medien und Politik! Das drückt sich offen und versteckt aus. Offen drückt es sich aus durch Personalunion, etwa wenn wir die Tageszeitung „Dolomiten“ hernehmen, der Direktor der Verlagsanstalt Athesia, Michl Ebner, ist sogar Mandatar im Europäischen Parlament der Südtiroler Volkspartei. [...] Hier haben wir eine lange Tradition zwischen der Verbindung einer prädominanten Partei und einer prädominanten Tageszeitung. Und diese prädominante Tageszeitung wirkt natürlich auch auf die Parteipolitik und auf die Politik insgesamt. Wenn wir uns etwa die Berichterstattung ansehen, wen die Tageszeitung „Dolomiten“ in ihrer Berichterstattung berücksichtigt und wen sie nicht berücksichtigt.“³³³

Diese Macht der Dolomiten und der enorme Einfluss des Ebner-Clans wird von vielen Kritikern mit Sorge gesehen. So moniert der nunmehr Grünen Politiker Hubert Frasnelli:

„Diese Defizite können von anderen Medien nicht ausreichend ausgeglichen werden. In diesem Sinne trifft Südtirol das härtere Schicksal, als es Silvio Berlusconi für Italien darstellt. Daher ist auch eine von mir dann und wann verwendete Bezeichnung, Michl Ebner, der Berlusconi Südtirols ein Euphemismus.“³³⁴

Obenstehende Aussage mag zwar reichlich überspitzt sein, dennoch zeigt sie in

330 SOLDNERER, Gottfried: Thesen zu Öffentlichkeitsarbeit auf dem Südtiroler Bildungssektor. IN: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.242.

331 „Der bereits verstorbene Vater Toni Ebner war SVP-Obmann und Parlamentarier, Mutter Martha war bei den SVP-Frauen tätig, Sohn Toni junior war vor seiner Funktion als Dolomiten-Chefredakteur ebenfalls in der SVP tätig und Sohn Michl stieg von der SVP-Jugend zum Schützenmajor und SVP-Vorstandsmitglied, zum römischen Parlamentarier, sowie zum Europaparlamentarier auf. Als Verlagsdirektor des Printimperiums Athesia und als neugewählter Präsident der Handelskammer hat er einen immensen Einfluss auf die Südtiroler Politik.“ FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.21.

332 Vgl.: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.239-243.

333 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

334 FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.22.

pointierter Art und Weise, zum einen welche Machtposition die Familie Ebner innehat und zum anderen welche Folgen diese aus demokratischer Hinsicht mehr als problematische Defizite, auf die Südtiroler Gesellschaft haben kann. Der Politikwissenschaftler Pallaver sieht durch die einseitige und teilweise manipulative Berichterstattung der „Dolomiten“, sowie aufgrund der unzureichenden publizistischen Alternativen, sogar eine Verzerrung des politischen Wettbewerbs.

„Diese Symbiose zwischen dem Verlagshaus ‘Athesia’, sowie dem Printmedium ‘Dolomiten’ und Teilen der Südtiroler Volkspartei [...] hat natürlich eine immense Auswirkung auf die Politik des Landes selbst und insofern ist die Frage, inwieweit der Wettbewerb unter den Parteien durch diesen starken Einfluss des Mediums ‘Dolomiten’ verzerrt ist. Ich würde einmal die These aufstellen, dass der politische Wettbewerb in Südtirol durch das Verlagshaus ‘Athesia’ verzerrt ist und dass dadurch die so genannte aktive Chancengleichheit der Parteien nicht gegeben ist. Aktive Chancengleichheit der Parteien einerseits, aber auch die passive Chancengleichheit der Wähler und Wählerinnen. Die passive Chancengleichheit würde bedeuten, dass die Wähler und Wählerinnen allesamt eine pluralistische Information genießen können und wahrnehmen können. Nach meiner Ansicht ist die passive Chancengleichheit der Bürger und Bürgerinnen, durch diese starke Verquickung zwischen Partei und Medien, zumindest partiell nicht gegeben.“³³⁵

Kennzeichnend für die prädominante Zeitung ist ferner, dass sie seit jeher eine ethnisch gefärbte, parteiische Berichterstattung zum Vorteil der deutschen Sprachgruppe betreibt. Im Tauziehen der beiden Sprachgruppen ist es immer noch einer der wesentlichsten Aufgaben der Dolomiten (sowie der italienischsprachigen „Alto Adige“) die Rechte der eigenen Sprachgruppe zu verteidigen, als vereinende Stimme zu fungieren und die jeweilige Kultur und Sprache zu pflegen und zu stärken.³³⁶ Pallaver weist im Experteninterview besonders auf die jeweils unterschiedliche ethnische Konnotation der beiden großen Tageszeitungen Südtirols hin.

„Diese beiden Medien haben für die Identität der jeweiligen Sprachgruppe ganz wichtige Funktionen. Sie sind auf der einen Seite das Sprachrohr [...] Sie konstruieren eine Wahrnehmung, die sie in den Mittelpunkt der Sprachgruppe stellt. [...] In der Tageszeitung ‘Alto Adige’ werden wir stark Themen vorfinden, die ausschließlich oder vorwiegend die italienischsprachige Gruppe betrifft und bei der ‘Dolomiten’ haben wir dasselbe Phänomen. Der Umstand, dass also über die jeweils andere Sprachgruppe wenig bis kaum berichtet wird – und es ist auch die Frage wie berichtet wird natürlich – weist darauf hin, dass die Sprachgruppen sich sehr um den eigenen Herd, nach wie vor, scharen. [...] Wenn wir insbesondere die Berichterstattung analysieren, die eine ethnische Konstruktion haben, so merken wir dass die jeweiligen beiden,

335 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

336 Vgl.: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.239-248.

deutschsprachigen und italienischsprachigen Fahnen, in den Tageszeitungen sehr stark verankert sind. [...] Es gibt hier eine ganze Reihe von, auch mitunter subtilen Formen der Berichterstattung, die also wieder auf diese atavistischen [uralt, ursprünglich, Rückfall in überholte Verhaltensweisen. *Anm. d. Verf.*], tiefliegenden ethnischen Grundmuster zurückgreift.“³³⁷

Auch nach Kröll „[...] ist und war die Zeitung nie ein unabhängiges Medium [...] Das Ziel war, die eigene Volksgruppe möglichst harmonisch zusammenzuhalten, denn nur einig und mit einer Stimme konnte man in Rom Schritt für Schritt die eigene Existenz absichern. Diesbezüglich waren und sind die ‘Dolomiten’ seitens der politischen Führung instrumentalisiert. Schließlich gibt eine Zeitung, die prinzipiell dieselben Ziele verfolgt wie die Monopolpartei des Landes, journalistische Handlungsspielräume ab.“³³⁸ Während jedoch historischer betrachtet das heikle Bündnis zwischen SVP und Dolomiten verständlich und wichtig für den Fortbestand der deutsch- und ladinischsprachigen Minderheit in Südtirol war, um eben einerseits einheitlich nach außen aufzutreten und andererseits nach innen identitätsstiftend zu wirken, stellt dies heute aus demokratiepolitischer Sicht ein schwerwiegendes Problem dar.³³⁹

Wie sich der politisch-mediale Machtkomplex der Dolomiten und der SVP genauer manifestiert, welche Rolle die Tageszeitung in der Konstruktion von Identität und in der Abgrenzung zur italienischen Sprachgruppe spielt und welchen Einfluss der „Athesia“-Verlag auf das, von Alexander Langer beschriebene, „ethnische Pendel“ in Südtirol einnimmt, wird im nächsten Kapitel detailliert untersucht werden.

Wie bereits weiter oben erwähnt ist das „Gegenstück“ zur Dolomiten, die Jahrzehnte lang einzige italienische Tageszeitung „**Alto Adige**“, welche im Besitz des Medienunternehmens „Gruppo editoriale l' Espresso“ steht und seit 1945 lokal bzw. seit 1946 regional mit einer Auflage von 20.000 – 50.000 Exemplaren verbreitet wird.³⁴⁰ Bemerkenswert ist die Tatsache, dass die Tageszeitung von 1958 bis 1999 einen deutschsprachigen Teil, das so genannte „Deutsche Blatt“ eingeführte und auch für die ladinische Sprachgruppe eine eigenen Seite mit dem Namen „Plata ladins“ vorbehielt. Dies war ein beachtlicher Schritt, wenn man bedenkt, dass es in Südtirol nur sehr zögerliche Versuche gab bzw. gibt ein zwei- oder mehrsprachiges Blatt herauszubringen (wie z.B. das zweisprachige Monatsmagazin „die Brücke“, „der

337 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

338 KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.240.

339 Vgl.: Ebenda., S.233-254.

340 Vgl.: GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO: Auflage Alto Adige – Corriere delleAlpi – Trentino. Online im WWW unter URL: <http://www.gruppoespresso.it> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008].

Erker“ oder der von der Südtiroler Hochschülerschaft gegründete „skolast“). Die überparteiliche und ideologisch nicht einzuordnende Zeitung gilt als Hauptinformationsquelle und Sprachrohr der italienischsprachigen Bevölkerung Südtirols und nimmt für diese Gemeinschaft u.a. eine wichtige Identifikationsfunktion ein. Auch ihre Berichterstattung konzentriert sich in Themenwahl, sowie in Machart der einzelnen Meldungen auf die eigene Sprachgruppe und ist ebenfalls durch eine starke ethnische Konnotation geprägt. Ähnlich wie bei der Tageszeitung Dolomiten hat auch der „Alto Adige“ einen nicht unwesentlichen Einfluss auf die Politik und auf das Meinungsbild vor allem der italienischsprachigen SüdtirolerInnen. Zu diesem Punkt konstatiert der Politikwissenschaftler Pallaver folgendes.

„Was die italienischsprachige Tageszeitung ‘Alto Adige’ betrifft, so haben wir eine geringere Verbindung zwischen Politik und Medien [gegenüber der ‘Dolomiten’, *Anm. d. Verf.*]. Die Tageszeitung hat gewisse personelle Verbindungen, was die Personalunion betrifft. Aber die Tageszeitung „Alto Adige“ hat natürlich ebenfalls eine immense Möglichkeit der Einwirkung, als *pressure group* sozusagen. Wir wissen, dass es eine gewisse Verbindung zwischen *media logik* und *party logik* gibt und in Südtirol, nehme ich einmal an oder gehe davon aus, dass das Zepter was die Politik betrifft, sehr stark in der Hand der Tageszeitung „Alto Adige“ ist, weil sie Stimmungen aufgreift, Stimmungen orientiert, weil sie auch Vorschläge macht und weil natürlich die italienischen Politiker, die von Haus aus eine, in der Zweiten Republik Italiens, eher schwache Position einnehmen, von der Zeitung ‘Alto Adige’ sehr stark abhängig sind.“³⁴¹

Neben den beiden großen Tageszeitungen entstanden im Printbereich, vorwiegend als Gegenpol zur medialen Übermacht der Dolomiten, in den letzten Jahrzehnten weitere Zeitungen und Zeitschriften. Die deutschsprachige, linksliberale Tageszeitung „**Die neue Südtiroler Tageszeitung**“, welche 1996 aus dem Wochenmagazin „Südtirolprofil“ entstanden ist, befasst sich neben allgemeinen Nachrichten des Weltgeschehens mit aktuellen gesellschaftspolitischen Themen in Südtirol. Die 12.000 Auflagen starke Gazette wird, als Medium einer sprachlichen Minderheit, staatlich subventioniert und von der „Midas“, einer internationalen Vereinigung von Tageszeitungen in Minderheiten- und Regionalsprachen mit Sitz in Bozen, tatkräftig unterstützt. Sie wird oft als Konkurrenzblatt zur Dolomiten und als Stimme der alternativen Kultur gesehen.³⁴²

341 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

342 Vgl.: DIE TAGESZEITUNG (TAZ): Gold für die Kleinen. Seit fünf Jahren engagiert sich Midas, die Vereinigung europäischer Minderheitenzeitungen, für eine Presse jenseits der Leitkulturen. 11.08.2006. Online im WWW unter URL: <http://www.taz.de/index.php?id=archivseiteunddig=2006/08/11/a0249> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008]. Vgl. dazu auch: SÜDTIROL NEWS: Das Informationsportal von Nutzern für Nutzer. Medien. Online im WWW unter URL: <http://www.suedtirol-news.eu/index.php?d=artikel&id=782>

Ähnlich oppositionell eingestellt ist das ursprünglich als „Illustrierte für Fernsehen und Freizeit“ konzipierte Wochenmagazin „FF“. Die 1990 vom damaligen SVP-Abgeordneten Klaus Dubis und Christoph Amonn gegründete „FF“ versteht sich als unabhängige Zeitschrift für (vorwiegend lokale) Politik, Wirtschaft, Soziales und Kultur, die parteilich und konfessionell ungebunden, weltanschaulich offen und pluralistisch ausgerichtet ist. Ihr Ziel ist die Förderung der demokratiepolitischen, gesellschaftlichen und kulturellen Fortentwicklung und Mündigkeit der Bevölkerung durch Information und Meinungsaustausch. Die Zeitschrift rühmt sich damit einen kritischen, investigativen Journalismus in Südtirol eingeführt und geprägt, den mangelnden Meinungspluralismus entgegengesteuert, die Emanzipierung von der politischen Macht SVP erreicht und den heimischen Medienmarkt nachhaltig verändert zu haben.³⁴³ Dazu schreibt das Magazin über sich:

„Vieles, was heute als selbstverständlich gilt, war damals neu: Nachhaken bei Interviews, auch die Opposition und italienische Politiker zu Wort kommen lassen, Recherche und Enthüllungen. [...] Viele Tabus wurden in Südtirol erstmals durch die ff offen angesprochen und damit gebrochen - in der bis dahin ausschließlich hinter verschlossenen Türen stattfindenden Politik, in einer vielfach verklemmten Kulturwelt, in gesellschaftlichen Reizfragen.“³⁴⁴

1993 kam es aufgrund einer brisanten Artikelserie über den Landeshauptmann Luis Durnwalder zum Bruch der SVP-nahen Herausgeberschaft in der „FF“. In der Folge verließen die meisten MitarbeiterInnen die Zeitung und wechselten die Seiten zum neu gegründeten „Südtirol-profil“. Mittlerweile ist das kritische, mutige und angriffslustige „Gegengewicht“ zur marktbeherrschenden Dolomiten mit insgesamt 132.000 LeserInnen zum führenden Wochenblatt Südtirols geworden. So wird die „FF“ von jedem/r dritten SüdtirolerIn gelesen. Innerhalb der deutschen Sprachgruppe sind es sogar 40 %.³⁴⁵ Es ist schon bemerkenswert, dass sich eine Zeitschrift in Südtirol an SVP kritische, politisch-brisante Berichterstattung vorwagt bzw. dass sie konsequent

[Format: HTML; Stand: 25.12.2008]. Vgl. dazu auch: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.276-282.

343 Vgl.: FF. DAS SÜDTIROLER WOCHENMAGAZIN: Grundsatzprogramm und Geschichte. Online im WWW unter URL: <http://www.ff-online.com/ff/de/200806-unser-grundsatzprogramm> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008]. Vgl. dazu auch: FF. DAS SÜDTIROLER WOCHENMAGAZIN: Von Fernsehen und Freizeit zur Femme Fatale. Online im WWW unter URL: <http://www.ff-online.com/ff/de/200806-von-fernsehen-und-freizeit-zur-femme-fatale/> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008]. Vgl. dazu auch: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.263-273.

344 FF. DAS SÜDTIROLER WOCHENMAGAZIN: Von Fernsehen und Freizeit zur Femme Fatale. Online im WWW unter URL: <http://www.ff-online.com/ff/de/200806-von-fernsehen-und-freizeit-zur-femme-fatale/> [Format: HTML; Stand: 26.12.2008].

345 Vgl.: FF. DAS SÜDTIROLER WOCHENMAGAZIN: Reichweite und Mediadaten. Online im WWW unter URL: <http://www.ff-online.com/ff/de/200806-reichweite-und-mediadaten/> [Format: HTML; Stand: 26.12.2008].

heikle gesellschaftliche Themen (wie beispielsweise Abtreibung, Migration oder die Mittäterschaft der Südtiroler im Nationalsozialismus) aufgreift und dennoch von der Mehrheit der christlich-konservativen SüdtirolerInnen akzeptiert und mit Interesse gelesen wird.³⁴⁶

Im Printbereich gibt es schließlich neben der italienischsprachigen Tageszeitung „Il mattino“ zusätzlich noch kleinere Bezirksblätter („Burggräfler“, „der Brixner“, „der Vinschger“, „die Pustertaler Zeitung“), Kulturzeitschriften („Arunda“, „il punto“) und regional begrenzte Wochen- und Sonntagszeitungen („Zett“, „Südtiroler Wirtschaftszeitung“, „Katholisches Sonntagsblatt“), die hier jedoch aufgrund ihrer begrenzten Reichweite und der geringen Relevanz für diese Arbeit nicht weiter aufgegriffen werden sollen.³⁴⁷

6.3.2 Audiovisuelle Medien

Auch der audiovisuelle Sektor ist, ähnlich zur Printmedienlandschaft, durch eine ethnische Trennung gekennzeichnet: so gibt es deutsch- und italienischsprachige Sender bzw. Sendungen, die sich primär auf die jeweilige Sprachgruppe konzentrieren und großteils von diesen rezipiert werden. Laut Studie des Südtiroler Amts für Statistik (ASTAT) über die Sehgewohnheiten der SüdtirolerInnen schauen wöchentlich knapp 84% der deutschsprachigen-, 83% der ladinischen- und nur 14% der italienischsprachigen Bevölkerung die Sendungen in deutscher Sprache des dritten italienischen Programms des öffentlich-rechtlichen Rundfunks „RAI Sender Bozen“. Die italienische Fassung des „RAI Sender Bozen“ rezipieren hingegen nur 17,7% der deutschsprachigen-, immerhin 51,7% der ladinischen- und 63,8% der italienischen- SüdtirolerInnen pro Woche. Der Staatssender RAI 1 hat wöchentlich 52,6% italienischsprachige-, 64% ladinische- und lediglich 22% deutschsprachige SeherInnen (andere italienischsprachige Kanäle werden von 86% italienischen und lediglich 15% deutschen BürgerInnen Südtirols gesehen). Demgegenüber besteht die Zusammensetzung der Rezipienten von „ORF1“ aus 73,7% deutsch- und 13,2% italienischsprachigen SüdtirolerInnen (weitere deutschsprachige Sender werden von 48% der deutschen und nur 4,5% italienischen Bevölkerung gesehen).³⁴⁸

346 Vgl.: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.263-273.

347 Vgl.: SÜDTIROL NEWS: Das Informationsportal von Nutzern für Nutzer. Medien. Online im WWW unter URL:<http://www.suedtirol-news.eu/index.php?d=artikel&id=782> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008].

348 Vgl.: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Erhebung der Hör- und Sehgewohnheiten in Südtirol.

Die weiter oben angeführten Zahlen untermauern die Tatsache, dass sowohl die deutsch-, als auch die italienischsprachige- Bevölkerung Südtirols sich Informationen vorwiegend in ihrer Sprache beschaffen, ohne mit der jeweils anderen Sprache in Kontakt kommen zu müssen.

Analog zur Situation am Printmediensektor, gibt es auch im Fernsehbereich (und noch mehr im Hörfunk) ein recht vielfältiges Angebot von lokalen, regionalen, nationalen und internationalen deutsch- und italienischsprachigen Sendern, aber noch keine mehrsprachige Programme für alle drei Gemeinschaften Südtirols. Den Empfang bzw. die Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehprogramme aus dem deutschen Sprachraum ermöglicht seit 1975 der öffentliche Rundfunkdienst der Autonomen Provinz Bozen - Südtirol, die **Rundfunkanstalt Südtirol (RAS)**. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Österreichs, Deutschlands und der Schweiz stellen ihre Programme unentgeltlich zur Verfügung. Die Signale dieser Programme werden aus den Ursprungsländern über die Richtfunkstationen Patscherkofel und Hohe Scheibe zum Hauptsender am Penegal transportiert und von dort aus über ein weitverzweigtes Sendernetz mit über 60 Anlagen in der gesamten Provinz ausgestrahlt. Die RAS übt eine in der italienischen Verfassung verankerte Dienstleistung zum Schutz der deutschen und ladinischen Minderheit aus. Sie wird ausschließlich durch Beiträge des Landes Südtirol finanziert. Die RAS, welche eine eigene Rechtspersönlichkeit, sowie eine autonome Verwaltung besitzt, erfüllt eine gemeinnützige Aufgabe und wird von der Landesregierung im Rahmen der Zuständigkeiten des Landes im Kommunikationswesen mit der flächendeckenden Versorgung der Provinz beauftragt. Das analoge wie auch digitale Fernsehnetz wird nicht nur für Hörfunk- und Fernsehprogramme (seit 1999 auch von privaten Rundfunkstationen) genutzt, sondern auch für öffentliche Dienste verwendet (wie Zivilschutz, Polizei, Finanzwache, Heer, Mobilfunk)³⁴⁹

Von großer (lokalpublizistischer) Bedeutung – besonders für die deutschsprachigen SüdtirolerInnen – und meist gesehenes Fernsehprogramm der Provinz, mit einer Tagesreichweite von über 180.000 Rezipienten, ist der **RAI-Sender Bozen**. Demnach schauen zwei von drei SüdtirolerInnen die Sendungen in deutscher Sprache des dritten

Bozen: Autonome Provinz Bozen: Landesinstitut für Statistik, 2001. S.16-48. Online im WWW unter URL: http://www.provinz.bz.it/astat/schriftenreihe/pdf/medien_2001.pdf [Format: PDF; Stand: 27.12.2008].

349 Vgl.: RUNDFUNKANSTALT SÜDTIROL (RAS): Unternehmen. Online im WWW unter URL: <http://www.ras.bz.it/de/unternehmen/organisation.htm> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008].

italienischen Programms (Lokalausgabe) des öffentlich-rechtlichen Rundfunks RAI. Vor allem die zwei täglichen Nachrichtensendungen „Tagesschau“ und „10 vor 10“ stellen die Hauptinformationsquelle für die deutschsprachigen Südtiroler im audiovisuellem Bereich dar. Der RAI-Sender Bozen, welcher seit 1966 als wichtige autonomiepolitische Forderung zum Schutze und Fortbestand der deutschen Sprache und Kultur ihre Sendungen ausstrahlt, sendet pro Jahr insgesamt rund 550 Stunden in deutscher Sprache. Neben den deutsch- und italienischsprachigen Programmen des RAI-Sender Bozens werden seit den 1980er Jahren Sendungen auch in ladinischer Sprache ausgestrahlt. Seit 1997 wurden ladinische Programme um die Hälfte erhöht, sodass nun die Ladiner jährlich rund 352 Stunden Radio- und 39 Stunden Fernsehsendungen in ihrer eigenen Muttersprache hören bzw. sehen können. Der Sender Bozen, der deutsche Dienst der RAI, versteht sich nach eigenen Angaben „als ein Stück Südtiroler Heimat; er begleitet die Menschen, die hier leben. Der Sender Bozen ist der Spiegel des Südtiroler Lebens.“³⁵⁰ Die Fernsehstation hat einerseits seit jeher eine große kulturelle und informative Bedeutung und andererseits spielt sie eine wichtige Rolle als Identifikationsstifter bzw. -vermittler für die deutschsprachige Bevölkerung Südtirols.³⁵¹

FERNSEHSENDER	Tagesreichweite in 1.000 Utenza media in 1.000	Tagesreichweite in % Utenza media in %	EMITTENTE TELEVISIVA
RAI Sender Bozen - Sendungen in dt. Sprache	165	44,3	RAI Sede di Bolzano - Trasmissioni in lingua tedesca
ORF 2	116	31,1	ORF 2
ORF 1	114	30,4	ORF 1
ZDF	104	27,8	ZDF
RAI 1	98	26,2	RAI 1
RAI 3 (nationales Programm)	90	24,2	RAI 3 (programma nazionale)
RAI 2	86	23,0	RAI 2
RAI Sender Bozen - Sendungen in it. Sprache	77	20,7	RAI Sede di Bolzano - Trasmissioni in lingua italiana
RAI Sender Bozen - Sendungen in lad. Sprache	49	13,1	RAI Sede di Bolzano - Trasmissioni in lingua ladina
ARD	45	12,0	ARD
Videobolzano 33	42	11,1	Videobolzano 33
SF1 (Schweizer Fernsehen)	36	9,8	SF1 (Televisione Svizzera)
RTTR	12	3,1	RTTR
TCA	11	2,9	TCA
TV3 - H.O.T.	9	2,3	TV3 - H.O.T.

Tabelle 8: Rangordnung der Fernsehsender in Südtirol nach Tagesreichweite. 2001.

350 RAI SENDER BOZEN: Wir stellen uns vor. Online im WWW unter URL: <http://www.senderbozen.rai.it/sender.php?action=azienda> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008].

351 Vgl.: RAI SENDER BOZEN: Wir stellen uns vor. Online im WWW unter URL: <http://www.senderbozen.rai.it/sender.php?action=azienda> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008]. Vgl. dazu auch: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Erhebung der Hör- und Sehgewohnheiten in Südtirol. Bozen: Autonome Provinz Bozen: Landesinstitut für Statistik, 2001. S.16-48. Online im WWW unter URL: http://www.provinz.bz.it/astat/schriftenreihe/pdf/medien_2001.pdf [Format: PDF; Stand: 27.12.2008]. Vgl. dazu auch: SÜDTIROL NEWS: Medien. Online im WWW unter URL: <http://www.suedtirol-news.eu/index.php?d=artikelundid=782> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008]. Vgl. dazu auch: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.288-296.

Der RAI-Sender Bozen wird von den einen gern als Korrektiv zur Dolomiten-Manipulation angesehen, von anderen jedoch als von der SVP zu wenig unabhängiges Medium kritisiert. So bemängelt beispielsweise der ehemalige SVP-Politiker Frasnelli, dass der Sender von verschiedenen SVP und Ebner treuen MitarbeiterInnen besetzt wurde. Er behauptet sogar, dass der Sender Bozen von der Partei gleichgeschaltet wurde.³⁵²

Eine weitere beliebte Informations- und Unterhaltungssendung für die deutschsprachige Bevölkerung Südtirols im audiovisuellen Sektor ist die tägliche halbstündige Sendung „**Südtirol Heute**“. Das im Auftrag des ORF in Bozen produzierte (Nachrichten-)Magazin greift neben aktuellen (inter)nationalen Themen, vorwiegend Südtirol spezifische Geschichten auf. Der hohe Lokalbezug und die leichte, boulevardesque Aufbereitung, sowie der gelegentliche Blick nach Österreich (vor allem nach Nord- und Osttirol) machen die Sendung vor allem für deutschsprachige SüdtirolerInnen sehr attraktiv. Dennoch soll dieses Format, aufgrund ihrer geringen Bedeutung für diese Arbeit, nicht weiter behandelt werden.

Neben dem RAI-Sender Bozen und dem ORF-Magazin „Südtirol Heute“ existieren noch einige private Lokalfernsehstationen mit regelmäßigen lokalen Nachrichtenprogrammen. So zum Beispiel der, im Jahre 1986 entstandene, italienischsprachige Sender „**Videobolzano33**“ mit Sitz in Bozen. Mit einer Abdeckung von 90% der Autonomen Provinz erreicht der Sender nach eigenen Angaben 403.418 (vorwiegend italienischsprachige) Zuschauer.³⁵³ Daneben gibt es noch zwei weitere Lokalfernsehsender in italienischer Sprache, nämlich „**RTTR**“ und „**TCA**“, die jedoch nur eine untergeordnete Rolle in der Südtiroler Fernsehlandschaft spielen und deshalb hier keine weitere Berücksichtigung finden sollen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es in Südtirol zwar eine relativ große Vielzahl an (inter-)nationalen, (über-)regionalen und lokalen Medienprodukten, sowohl im Printbereich, als auch (im geringeren Maße) im audiovisuellen Sektor gibt. Dennoch ist auf lokaler Ebene, besonders im Printbereich, durch die Vorherrschaft der

352 Vgl.: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000.S.23.

353 Vgl.: VIDEOBOLZANO 33. Online im WWW unter URL: <http://www.vb33.it/index.php/dal-1986.html> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008]. Vgl. dazu auch: VIDEOBOLZANO 33. Online im WWW unter URL: <http://www.storiaradioty.it/VIDEOBOLZANO%20VB%2033.htm> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008].

Athesia-Medien – vor allem durch die prädominante Stellung der Dolomiten – ein ungenügender Meinungspluralismus und eine hohe Macht- und Medienkonzentration feststellbar. Die meinungsbildende und manipulatorische Kraft der Dolomiten auf die deutschsprachige Bevölkerung (und seitens der „Alto Adige“ auf die italienischsprachige Gemeinschaft) kann durch andere Medien nicht (oder nur sehr begrenzt) ausgeglichen werden. Es gibt keine wirkliche mediale Gegenstimme zur Athesia-Presse im deutschsprachigen Bereich. Erschwerend hinzu kommt die eindeutige personelle und ideelle Verbindung zwischen der Tageszeitung Dolomiten und der seit 1945 herrschenden SVP, die von vielen als demokratiepolitische Bedrohung gesehen wird. Zu diesem Punkt äußerte sich Frasnelli mit folgenden unmissverständlichen Worten.

„Die Medienpartnerschaft SVP-Dolomiten, mehr noch, ihre mediale Abhängigkeit von der Tageszeitung, sind eine Krankheit, die der Demokratie in Südtirol immer ärger zusetzt.“³⁵⁴

Es kann also die Annahme bestätigt werden, dass in Südtirol eine ethnisch getrennte Medienlandschaft existiert, in der mehrsprachige Medien die absolute Ausnahme darstellen. Die ethnisch gefärbte Berichterstattung der meisten Zeitungen und Fernsehanstalten sind primär auf die Interessen der eigenen Sprachgruppe gerichtet und betonen bzw. stärken (un-)bewusst das Prinzip der ethnischen Trennung. Teilweise (re)konstruieren bestimmte Medien wissentlich ethnische Mauern und unterstreichen die gegenseitigen Unterschiede. Sie setzen vornehmlich zu Vorwahlkampfzeiten heikle ethnische Themen auf ihre Tagesordnung und schüren mit ihrer großteils parteiischen Berichterstattung alte Ressentiments zwischen den zwei Gemeinschaften Südtirols. Auffallend ist ferner, dass sich die SüdtirolerInnen vorwiegend über Medien der eigenen Sprache informieren, obwohl alle über mehr oder weniger gute Zweitsprachenkenntnisse verfügen. Demnach bekommt der Großteil der Bevölkerung einseitige, meist verzerrte Informationen, die sich in Form, Inhalt und Gewichtung meist sehr deutlich voneinander unterscheiden. Schließlich muss die kaum oder gar nicht vorhandene Möglichkeit zur Partizipation und Artikulation am massenmedialen öffentlichen Diskurs kritisiert werden. Diese kommunikative Chancenungleichheit wurde zwar durch positive Entwicklungen wie zum Beispiel die Errichtung der Südtiroler Internetplattform „**sprachrohr.tv**“³⁵⁵, bei der Jede(r) – unabhängig von

354 FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.284.

355 SPRACHROHR.TV: Online im WWW unter URL: <http://www.sprachrohr.tv/> [Format: HTML; Stand: 28.12.2008].

Geschlecht, Sprache, Herkunft und Konfession – die Möglichkeit hat Meinungen und Themenvorschläge zu äußern, ein wenig entschärft. Vor diesem Hintergrund könnte ein Offener Fernsehkanal – und dies soll in den nächsten Kapiteln weiter untermauert werden – wesentliche Impulse zur Verbesserung, Belebung und Pluralisierung der verkrusteten Medienlandschaft Südtirols leisten.

7. ANALYSE DES ETHNISCH GETRENNTEN KULTUR-, GESELLSCHAFTS- UND MACHTSYSTEMS IN SÜDTIROL UNTER BESONDERER BERÜCKSICHTIGUNG DER CULTURAL STUDIES THEORIEN

Auf den letzten Seiten wurde eine kleine Einführung in die ethnisch getrennte Gesellschaft, Kultur, Politik und Medienlandschaft geliefert. Nun soll mit Hilfe des relativ neuen und interdisziplinären Projekts der Cultural Studies die vielschichtigen Themenkomplexe, wie die der Kultur, Identität und Macht theoretisch aufgearbeitet und auf Südtirol-Ebene kontextualisiert werden. Natürlich können nur bestimmte, für vorliegende Arbeit relevante, Aspekte dieses breitgefächerten Theoriegebildes berücksichtigt werden, um den Rahmen dieser Arbeit nicht zu sprengen. So soll in der Folge (1) die Konstruktion von Identität und Differenz zwischen den beiden großen Sprachgruppen Südtirols bzw. die Beeinflussung des Selbst- und Fremdbildes unter anderem durch Medien analysiert, (2) der hegemoniale Zugang zu Kultur bzw. die Auffassung von Kultur als Konfliktfeld („culture as a whole way of conflict“) auf die beiden Sprachgruppen umgemünzt und (3) die Herrschafts- und Machtsymbiose der Dolomiten und der SVP theoretisch untermauert werden. Dies scheint dem Verfasser am ehesten unter Verwendung der Cultural Studies-Theorien zu gelingen, da diese einen breitgefächerten, heterogenen Kulturbegriff aufweisen, den komplexen Kreislauf von Kultur als, von vielen Faktoren abhängiges Ganzes betrachten und in ihrer Analyse Machtstrukturen, sowie identitätsstiftende und abgrenzende Symbole sichtbar gemacht werden können.

Dieses Abschnitt soll durch die Hervorhebung der problematischen Verbindung zwischen Politik und Macht (Kapitel 7.4), durch die Thematisierung des „ethnischen Pendels“, als Kampf der Kulturen, um eine hegemoniale Position (Kapitel 7.3) und durch die Analyse medial und politisch konstruierter Identität und Differenz (Kapitel 7.2), den besonderen Problemen in Südtirol auf den Grund gehen und theoretisch aufarbeiten. Durch diese kritische Analyse soll ferner die Wichtigkeit eines unabhängigen, mehrsprachigen und multikulturellen Offenen Kanals in Südtirol implizit hervorgehoben werden.

Bevor nun *in medias res* gegangen wird, sollen zuerst theoretische Überlegungen vorausgeschickt werden, um dem/der Leser/LeserIn eine schematische, nicht-repräsentative und selektive Einführung in die Begrifflichkeiten der Cultural Studies zu geben. Dabei kann weder ein umfassender geschichtlicher Abriss gegeben, noch alle einzelnen Traditionen oder verschiedene Einflussphären aus anderen Forschungsgebieten gebührend behandelt werden. Dennoch sollen die wichtigsten und für die Analyse obengenannter Themenbereiche der Cultural Studies in der Folge näher erklärt werden.

7.1 Theoretische Grundlagen

Das vielschichtige, inter- und multidisziplinäre³⁵⁶ Projekt der Cultural Studies, welches seit jeher einen emanzipatorisch-pädagogischen-politischen Impetus aufweist, kann als kritische Analyse der Gesellschaft und ihrer kulturellen Praxen verstanden werden. Ihre zentralen Forschungsgegenstände sind mit unterschiedlichem Fokus: (Sub-) Kulturen, Geschlechterverhältnisse („Gender Issues“), die Identitätsproblematik (Rassismen, Nationalismen, Ethnizität, Migration), Macht, Ökonomie und Subjektkonstruktion, (Post-)Kolonialismus, Globalisierung (und ihre Auswirkungen), die Arbeiterklasse, das Erziehungs- und Schulsystem und insbesondere die Aneignungs- und Nutzungsweisen populärer Medien.³⁵⁷

Obwohl die, in den 1960er Jahren u.a. in Birmingham (Großbritannien) im Umfeld der Erwachsenenbildung und des „Centre for Contemporary Cultural Studies“ (CCCS) entstandene Theorie, aus vielfältigen Traditionen hervorging und von mannigfaltigen Einflüssen anregt wurde, weist sie – nach Stuart Hall – zwei Hauptparadigmen auf:

356 Kennzeichnend für die Cultural Studies ist, dass sie keiner bestimmten Forschungsdisziplin verschrieben sind bzw. dass sie sich bewusst in keine akademische „Schublade“ eingrenzen lassen und dass sie offen für jegliche Einflüsse sind. So wurden zahlreiche Aspekte, unter anderem aus der Soziologie, Ethnologie, Anthropologie, Kommunikations-, Literatur- und Sprachwissenschaften in den Theorien der Cultural Studies integriert. Ebenfalls große Wirkung auf die Cultural Studies übte der (Neo-)Marxismus, der (Post-)Strukturalismus, Gramscis Hegemoniekonzept, Freuds Psychoanalyse und die Kritische Theorie der Frankfurter Schule aus. Vgl.: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.138f. Vgl. dazu auch: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.27-33.

357 Vgl.: GÖTTLICH, Udo / WINTER, Carsten: Wessen Cultural Studies? IN: BROMLEY, Roger et.al.: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen Verlag, 1999. S.26f. Vgl. dazu auch: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.10 ; S.27f. Vgl. dazu auch: HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. S.20f. Vgl. dazu auch: HEPP, Andreas / WINTER, Rainer: Cultural Studies in der Gegenwart. IN: HEPP, Andreas / WINTER, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Auflage. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialforschung, 2006, S.10 ; S.93.

den **Kulturalismus** und den **Strukturalismus** bzw. die **Semiotik**.³⁵⁸ Die kulturalistische Perspektive, die bereits in den 1950er-1960er Jahren (durch Werke wie Raymond Williams „Culture and Society“ und „The Long Revolution“, Richard Hoggarts „Uses of Literacy“ und E.P. Thompsons „The Making of the English Working Class“) Einzug in die Cultural Studies fand, lenkte das Interesse auf die Alltags- und Populärkultur und prägte nachhaltig einen neuen Kulturbegriff, der nachfolgend beschrieben werden soll. Das strukturalistische Paradigma, welches erst in den 1970er Jahren von den Cultural Studies eingegliedert wurde, „[...] diente zunehmend dazu, die den kulturellen Formen zugrundeliegenden Ideologien aufzudecken, um eine entmythologisierte, entmystifizierte Sicht auf gesellschaftlich Zusammenhänge zu eröffnen.“³⁵⁹ Die Semiotik bzw. der (Post-)Strukturalismus, welche zuerst nur innerhalb der Sprachwissenschaft rezipiert wurden, fand durch den Ethnologen Claude **Lévi-Strauss**³⁶⁰ (der diese Theorie nicht nur auf Sprache, sondern auf jedes Zeichensystem ummünzte) und durch den Linguisten Roland **Barthes**³⁶¹ (der zwei Bedeutungsebenen verbaler und visueller Zeichen feststellte: eine wörtliche, die *Denotation*, und eine kulturelle Assoziation, die *Konnotation*) den Weg in die Cultural Studies. Besonders zentral für das strukturalistische Paradigma innerhalb der Cultural Studies ist die vom Genfer Sprachwissenschaftler Ferdinand **de Saussure** wegweisende

358 Semiotik kann als die Lehre von Zeichen, Codes, Texten, Bildern, Formen und ihren Funktions- und Wirkungsweisen im sozialen Leben bezeichnet werden. Vgl.: FUNK, Wolfgang Müller-/ HARRASSER, Karin: Materialien zur Vorlesung „Einführung in die Kulturwissenschaften / Cultural Studies“. Universität Wien, 2008. Online im WWW unter URL: http://www.univie.ac.at/culturalstudies/studium/csi-a_ws0809/081125_KH.doc [Format: WORD DOKUMENT; Stand: 5.1.2009].

359 LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.10 ; S.30.

360 So werden nach Lévi-Strauss „Zeichen bzw. Symbole [...] in Codes nach bestimmten Regeln organisiert, die von den Mitgliedern einer bestimmten sozialen Gruppe oder 'Kultur' verstanden werden (z.B.: Sprache, Geheimschriften, SMS, Bilder, Filme, 'Dresscodes'). Zeichensysteme – Texte – enthalten kodierte Bedeutungen/Botschaften, die man dekodieren kann, wenn man die Regeln, sie zu lesen, kennt.“ FUNK, Wolfgang Müller-/ HARRASSER, Karin: Notizen zur Vorlesung „Einführung in die Kulturwissenschaften / Cultural Studies“. Universität Wien, 2008. Online im WWW unter URL: http://www.univie.ac.at/culturalstudies/studium/csi-a_ws0809/081125_KH.doc [Format: WORD DOKUMENT; Stand: 5.1.2009].

361 Barthes etablierte eine soziale Dimension durch die Betonung mehrerer Bedeutungsebenen von Zeichen, die für die Rezeption durch die Cultural Studies von großer Bedeutung sein sollte. Ebenfalls grundlegend ist die Kontextualisierung von Zeichen, die in bestimmten Diskursen eingebettet sind. Diese wiederum sind – nach Foucault – aus einer Menge von Aussagen konstituiert, die eine strukturierte Einheit, ein Bedeutungsnetz darstellen und stets mit Macht korrelieren, und zwar die Macht bzw. Autorität, Wissen (in bestimmter Form, Inhalt und Gewichtung) herzustellen und zu distribuieren. Vgl.: HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. S.29ff. Vgl.: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.140. Vgl. dazu auch: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.57-60. Vgl. dazu auch: FUNK, Wolfgang Müller-/ HARRASSER, Karin: Notizen zur Vorlesung „Einführung in die Kulturwissenschaften / Cultural Studies“. Universität Wien, 2008. Online im WWW unter URL: http://www.univie.ac.at/culturalstudies/studium/csi-a_ws0809/081125_KH.doc [Format: WORD DOKUMENT; Stand: 5.1.2009].

Theorie der Sprache und der Zeichen. Wesentlich ist dabei die Differenzierung zwischen Sprache als Zeichensystem („*langue*“) und der einzelnen, kontextbezogenen sprachlichen Äußerung („*parole*“). De Saussure unterscheidet Zeichen zwischen dem Signifikat, also die Vorstellung von Etwas und dem Signifikant, das Klang- bzw. Wortbild, das dieser Vorstellung korreliert. Dabei ist das Verhältnis zwischen Zeichen und Sache weder von vornherein festgelegt, noch natürlich oder willkürlich, sondern durch Konvention geregelt bzw. ausgehandelt. Aufgrund einer bestimmten Sozialisation innerhalb einer (Sprach-)Gemeinschaft werden gewisse Regeln der Bezeichnungen bzw. Zuordnung von Vorstellungen gelernt und internalisiert. Sprache ist somit ein auf Konventionen beruhendes, soziales Phänomen, die zur Wirklichkeitskonstruktion und zur Artikulation von Kultur beiträgt.³⁶²

Beide vom Marxismus (besonders vom Basis-Überbaumodell) beeinflussten Ansätze – Kulturalismus und Strukturalismus – haben, trotz oder gerade durch ihre Unterschiede, die Cultural Studies in hohem Maße bereichert. In diesem Zusammenhang stellt Stuart Hall folgendes fest:

„Geimeinsam – mit allen ihren Divergenzen und Konvergenzen – sprechen sie das an, was als das *Kernproblem* der Cultural Studies angesehen werden muss [...] Zusammen formulieren sie die Probleme, die sich unmittelbar aus dem Versuch ergeben, *sowohl* die Spezifität verschiedener Praktiken *als auch* die Formen der durch sie konstituierten Einheit zu reflektieren.“³⁶³ [*Hervorhebung im Original*]

Nachdem nun ein kurzer Überblick über die zwei Hauptrichtungen der Cultural Studies und ihre (Haupt-)Einflüsse getätigt wurde, soll nun der Fokus auf den heterogenen, komplexen und neuartigen Kulturbegriff gelenkt werden. Demnach verstehen die Cultural Studies Kultur nicht länger ausschließlich als „Hoch- bzw. Elitekultur“, wie dies vor allem in den „versnobten“ akademischen Kreisen Englands *usus* war, sondern sie integrierten von Beginn an – u.a. aufgrund der „proletarischen Herkunft“ der „Gründungsväter“ Raymond Williams, Richard Hoggart und Stuart Hall – die Alltags-,

362 Vgl.: HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. S.24-28. Vgl. dazu auch: GÖTTLICH, Udo: Kultureller Materialismus und Cultural Studies. Aspekte der Kultur- und Medientheorie von Raymond Williams. IN: HEPP, Andreas / WINTER, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Auflage. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialforschung, 2006. S.93-101. Vgl. dazu auch: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.57-60. Vgl. dazu auch: FUNK, Wolfgang Müller-/ HARRASSER, Karin: Notizen zur Vorlesung „Einführung in die Kulturwissenschaften / Cultural Studies“. Universität Wien, 2008. Online im WWW unter URL: [http://www-univie.ac.at/culturalstudies/studium/csi-a_ws0809/081125_KH.doc](http://www.univie.ac.at/culturalstudies/studium/csi-a_ws0809/081125_KH.doc) [Format: WORD DOKUMENT; Stand: 5.1.2009].

363 HALL, Stuart: Cultural Studies. Zwei Paradigmen. IN: BROMLEY, Roger et.al.: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen Verlag, 1999. S.137f.

Das Kulturverständnis der Cultural Studies ist – nach Williams – als „*whole way of life*“ im Sinne einer omnipräsenten Gesamtheit einer Lebensweise, als Teil des Alltags, sowie als „alles durchdringende, sinnermöglichende und sinnstiftende Kraft“³⁶⁵ zu deuten. Nach dem Kultur- und Medientheoretiker Oliver Machart gibt es kein Leben und keinen gesellschaftlichen Ort jenseits von Kultur. Der Mensch schwimmt sozusagen in Kultur, wie Fische im Wasser. Kultur ist nach Williams Auffassung keine rein rationale Kategorie, wie dies noch im Konzept der Hochkultur geglaubt wurde. Kritiker monieren zwar, dass diese Neudefinition von Kultur durch ihre begriffliche Weite an Schärfe verloren hat, doch Williams geht es in seinen Überlegungen um eine gesamtheitliche Analyse. Zentral für ihn ist es, alle Elemente der gesamten Lebensweise gegenseitig in Beziehung zu setzen. Schließlich werfen kritische Stimmen Williams vor, dass er mit der Konzeption einer gemeinsamen Kultur („*common culture*“) die Vorstellung hervorrufe, dass hier ein harmonisches Miteinander herrscht, in dem alle die gleichen Werte und Meinungen hätten. Williams wird vorgehalten die Unterschiede und den Kampf um Bedeutungen, Lebensweisen etc. (wie dies im „Kultur als Konfliktfeld“ behandelt wird) mehrheitlich ausgeklammert zu haben.³⁶⁶

Verwandt mit dem obengenannten Kulturbegriff ist das Konzept der Gefühlsstruktur, das Williams als „*structure of feeling*“ bezeichnet. Dieses geistige Konstrukt beschreibt gemeinsame, nach innen und außen strukturierte, gelebte, gefühlte und eben emotionale (Alltags-)Erfahrungen und Werte, die eine Gruppe, Klasse, Gesellschaft oder Generation in einem bestimmten soziokulturellen Kontext miteinander verbindet. Diese Gefühlsstrukturen manifestieren sich in kulturellen Formen, Praktiken und

364 Vgl.: MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009]. Vgl. dazu auch: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.15-34. Vgl.dazu auch: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.43-48 ; 71f.

365 ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.47.

366 Vgl. :GÖTTLICH, Udo: Kritik der Medien. Reflexionsstufen kritisch-materialistischer Medientheorien am Beispiel Leo Löwenthal und Raymond Williams. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996.S. 183-190 ; S.207. Vgl. dazu auch: MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009].

Artefakten. Obwohl dieses anthropologische Kulturkonzept von manchen Kritikern als zu unspezifisch, zu schwammig abgetan wird, sieht der Autor und Kommunikationswissenschaftler Andreas Hepp darin eine besondere Leistung, nämlich, dass die Prozesse und die soziokulturellen Kontexte, innerhalb derer diese Erfahrung hervorgebracht und angeeignet werden, von Williams ins Zentrum des Interesses gerückt worden sind.³⁶⁷

Williams erweiterte, spezifizierte und reformulierte seine Definition von Kultur als spezifisches Bedeutungssystem, als Geflecht von Symbolen und Bedeutungen. Die ausgeprägtere semiotisch-strukturalistische Orientierung dieses Ansatzes sieht Sprache als wesentliches Element der menschlichen, materiellen und sozialen (Re-)Produktion. Durch sie können die Verhältnisse bzw. die Zusammenhänge unterschiedlicher gesellschaftlicher Komplexe durchleuchtet werden. Die Untersuchung von Kultur wird als Analyse von ineinander verwobenen Beziehungsmustern („patterns of relationship“), die auf unterschiedlichen Formen gesellschaftlicher, kultureller und damit materieller „Symbol- oder Zeichenpraxis“ („signifying practice“) beruht. Von besonderem Interesse innerhalb des „*culture as signifying system*“-Gefüges ist, nach Williams, der in Institutionen, Organisationen und kulturellen Formationen ablaufende Gesellschaftsprozess.³⁶⁸

Den unterschiedlichen Auffassungen von Kultur gemein ist, dass sie diese meist als hoch politisches, konfliktäres Feld ansehen. In der Auffassung der „*culture as a whole way of conflict*“ – wie es der Historiker Edward Thompson bezeichnet – wird Kultur eben als Ort des Kampfes um Bedeutungen und gesellschaftliche Hegemonie, als Tauziehen zwischen verschiedenen Lebensweisen, aufgefasst. Demnach gibt es nicht eine Kultur, sondern viele verschiedene Kulturen versuchen sich gegenseitig zu beherrschen. Innerhalb dieses komplexen Bereiches werden gesellschaftliche Normen, Werte, Identitäten etc. vereinbart. Kultur wird demnach nicht als etwas starres,

367 Vgl.: HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. S.40f. Vgl. dazu auch: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.24.

368 Vgl.: HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999, S.41f. Vgl. dazu auch: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.59 ; S.64f. Vgl. dazu auch: GÖTTLICH, Udo: Kultureller Materialismus und Cultural Studies. Aspekte der Kultur- und Medientheorie von Raymond Williams. IN: HEPP, Andreas / WINTER, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Auflage. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialforschung, 2006. S.97ff.

einheitliches, kontextfreies³⁶⁹ und harmonisches Ganzes begriffen. Sie befindet sich vielmehr in ständiger Bewegung, Veränderung und in Auseinandersetzung mit verschiedenen Lebensweisen. Es sind antagonistische Gruppen, die um gesellschaftliche Hegemonie kämpfen und verhandeln. Es ist ein, von Macht und Konflikt gekennzeichneter Prozess.³⁷⁰

Nach Ian Ang, Professor für Cultural Studies an der Universität Sydney, behandeln die Theorien der Cultural Studies „Kultur [...] nicht einfach als einen isolierten Gegenstand der Kommunikationsforschung. Ihnen geht es um die widersprüchlichen und sich kontinuierlich vollziehenden *sozialen Prozesse* von kultureller Produktion, Zirkulation und Konsum und nicht um 'Kultur' als ein mehr oder weniger statisches und objektiviertes Gebäude von Ideen, Überzeugungen und Verhaltensweisen. Die Cultural Studies arbeiten deshalb auf der Grundlage völlig anderer Prinzipien: Sie befassen sich mit den historisch entstandenen und spezifischen Bedeutungen und weniger mit allgemeinen Verhaltenstypologien, sind eher prozess- als ergebnisorientiert und verfahren interpretativ statt erklärend.“³⁷¹ [H.i.O.]

Im „konfliktären Ansatz“ ist Kultur zu einer politischen Größe geworden. Eine entscheidende Rolle spielt dabei der Begriff der **Herrschaft** und der **Macht**. In der Analyse von Macht geht es um die Art und Weise, wie diese beschaffen ist, inwiefern sie das Leben der Menschen beeinflusst und wodurch sie sich verändert. Das Untersuchen und Aufdecken von Machtstrukturen und -zusammenhänge ist dabei stets im Kontext des jeweiligen lokalen Umfelds zu sehen. Diese werden, im Kontrast zum

369 Die kritische Analyse von Kultur beinhaltet – dem Verständnis der Cultural Studies folgend – stets die Kontextualisierung bzw. Miteinbeziehung multipler Elemente. „Befassen sich die Cultural Studies also mit der Rolle kultureller Praktiken bei der Konstitution soziokultureller Wirklichkeit, so geschieht dies unter Einbezug der verschiedenen in diesem Zusammenhang relevanten 'Kräften' und 'Interessen', ohne dass eine von diesen monokausal als die 'eigentlich relevante' apostrophiert wird.“ HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999 S.17.

370 Vgl.: HALL, Stuart: Cultural Studies and Theoretical Legacies. IN: HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. S.20. Vgl. dazu auch: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.123-132 ; S.142ff. ; S235. Vgl. dazu auch: HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. S.42f. Vgl. dazu auch: MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MachartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009]. Vgl. dazu auch: MACHART, Oliver: Cultural Studies. Konstanz: UTB, 2008. S. 51-56.

371 ANG, Ian: Kultur und Kommunikation. Auf dem Weg zu einer ethnographischen Kritik des Medienkonsums im transnationalen Mediensystem. IN: BROMLEY, Roger et.al.: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen Verlag, 1999. S318.

marxistischen „Basis-Überbau-Modells“ nicht ausschließlich als ökonomisch, sondern immer auch als kulturell determiniert, betrachtet.³⁷²

„Die Kulturanalyse [...] fokussiert auf eine Beschäftigung mit Bedeutungen, Symbolen und Lebensweisen unter Rücksicht auf die wesentliche Kontextualisierung dieses Systems im Rahmen einer spezifischen Gesellschaftsstruktur und der ihr eigenen Machtstrukturen.“³⁷³

Macht ist stets auch vor dem Hintergrund der (Massen-)Medien zu sehen, denn in der heutigen Mediengesellschaft ist Macht vor allem auch **kommunikative Macht**. Demnach kommt den Medien eine zentrale Stellung in der Produktion bzw. Konstruktion und Distribution kultureller Bedeutungen, Symbolen, Repräsentationen³⁷⁴ und Identitäten zu. Sie übernehmen die „Verbreitung von Normen und Werten, soziale Orientierung, individuelle Identitätsbaustellen, idealisierte Bilder von Normalität, Universalität und Konsens. Dies wiederum ist gleichbedeutend mit einem Anwachsen der strukturellen Macht des medialen Systems.“³⁷⁵ Die Cultural Studies sollen in ihrer kritischen Analyse zum Vorschein bringen, welche Subjekte, Institutionen oder soziale Formationen ihre (politischen, ökonomischen etc.) Interessen und Ziele gegenüber anderen durchsetzen. Weiteres Forschungsinteresse besteht darin herauszufinden, wer die Macht hat Wissen zu produzieren und zu verbreiten, Bedeutungen zu konstruieren und bestimmte „Wirklichkeitsdefinitionen“ durchzusetzen. Demnach ist Kommunikation nie willkürlich, sowie frei von Interessen.³⁷⁶

372 Vgl.: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies. Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.9. Vgl. dazu auch: MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009]. Vgl. dazu auch: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.126-132.

373 ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.39.

374 „Repräsentation: Prozess, durch den Mitglieder einer Kultur sowohl sprachliche als auch weitere Zeichensysteme dazu benutzen, Bedeutung zu produzieren. Repräsentation fasst dabei die konventionelle Beziehung zwischen ‘Sachen’ und ‘Zeichen’ einerseits und zwischen ‘Zeichen’ und ihren korrespondierenden, mentalen ‘Konzepten’ andererseits. Repräsentationen sind unhintergebar Teil des Prozesses der soziokulturellen Konstruktion von Wirklichkeit, sie ‘bilden’ Wirklichkeit also nicht einfach ab.“ HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. S.277.

375 ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.33.

376 Vgl.: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.30-35 ; S.107 ; S.126-132 ; S.147-159. Vgl. dazu auch: MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009].

Im medialen Diskurs wird über verschiedene, meist konträre Einstellungen, Stereotypen und Auffassungen verhandelt. Alles über was nicht diskutiert wird, bleibt in hegemonialer Vorschreibung verhaftet. Dies stellt den Standpunkt der Herrschaft dar. Demnach ist Macht also auch die Verhinderung von Kommunikation!³⁷⁷ In diesem Zusammenhang soll hier folgende treffende Bemerkung von Udo Göttlich angeführt werden:

„Das Spektrum der für die kulturelle und gesellschaftliche Produktion und Reproduktion maßgeblichen 'Praxisfelder' ist über institutionelle und technologische (strukturelle) wie individuelle (handlungsbezogene) Prozesse vermittelt. Den Medien kommt in diesem Beziehungsgeflecht eine entscheidende Rolle zu. [...] An ihnen und mit ihnen entscheidet und vollzieht sich die Ermöglichung aber auch Verhinderung von Kommunikation und Öffentlichkeit. Entscheidend ist damit in der Analyse, welche gesellschaftlichen Institutionen und Organisationen Einfluss, Kontrolle und Verfügungsgewalt über die Medien haben, welche Finanzierungsform zum Betrieb der Medien gehört und wie die Selektion und Verbreitung von 'Information' geregelt ist.

³⁷⁸

Genau das Analysieren dieser Verfügungsmacht, sowie das Aufspüren und Offenbaren von Machtinteressen, -strukturen und -beziehungen soll in Kapitel 7.4 – nämlich innerhalb der Analyse des politisch-medialen Machtkomplexes zwischen der SVP und des Printimperiums „Athesia“ – vorgenommen werden. Wichtig dabei wird auch die Frage sein, wer welche Texte (im weitesten Sinne), in welcher Art und Weise konstruiert und welche (bewusst) ausgeklammert werden.

Nach dem Verständnis der Cultural Studies sind **Medien** – wie gesehen – nicht nur als neutrales bloßes „[...] Mittel der Übertragung von Botschaften zu verstehen, sondern als Institutionen der Erzeugung und Artikulation von konsensualer Bedeutung im Rahmen hegemonialer Auseinandersetzungen.“³⁷⁹ Sie werden als kulturelle und ideologische Kraft verstanden, die – im Gegensatz zum „Stimulus-Response Modell“ – keine direkte Beeinflussung auf die RezipientInnen durch die Medienbotschaft ausüben. Ebenfalls distanziert man sich von der Auffassung eines rein passiven Publikums und geht stattdessen davon aus, dass sich der aktive Rezipient durch eine selbständige Dekodierung, die Bedeutung der Botschaften selbst zu eigen macht und

³⁷⁷ Vgl.: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.53.

³⁷⁸ GÖTTLICH, Udo: Kritik der Medien. IN: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.261.

³⁷⁹ MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MachartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009].

diese auch oppositionell und von den eigentlichen Gedanken des „Kodierers“ abweichend gelesen werden können.³⁸⁰

Laut Stuart Hall haben Medien eine mehrfache kulturelle Funktion: als „*signifying institutions*“ sind sie das Mittel, die es Individuen sowie Gruppen ermöglicht, nicht nur eine Vorstellung der Werte, Einstellungen und Lebensweisen der eigenen Gemeinschaft, sondern auch anderer, fremder Gruppen zu bekommen. Sie erstellen normative Klassifikationen, sie „kartographieren“ bzw. ordnen ein, sie geben bestimmten Ereignissen oder Themen gewisse Bedeutungen und sie entwerfen Bilder, Lebensstile und dergleichen. Medien werden schließlich als **Konsensmanufakturen** gesehen, die eine einheitliche Stimme, einen „common sense“ produzieren.³⁸¹

Abschließend sei hier noch auf das so genannte „**magische Dreieck**“ der Cultural Studies hingewiesen. Zentral sind hier die, im stetigen Wechselspiel stehenden, Kategorien **Kultur, Identität und Macht**. Die bedeutungsvolle Rolle der Medien ist dabei innerhalb dieses Dreiecks zu sehen. In der Untersuchung von Macht kann Kultur als das eigentliche Medium der Macht berücksichtigt werden; als den Ort an dem Identität konstituiert wird. Nach Hall gibt es zwei Modelle der Identitätsproduktion: zum einen ist ein wesentlicher Teil von Identität durch einen gemeinsamen Ursprung, ähnliche Werte, Eigenschaften, Erfahrungen etc. mit einer Gruppe charakterisiert. Diese Gemeinsamkeit dient als Fundament für Solidarität und Geschlossenheit. Zum anderen wird Identität als konstruierter- und fortwährender konfliktärer Prozess verstanden. Ferner müssen die bestehenden Machtverhältnisse in der Konstruktion und Artikulation kultureller Identitäten notwendigerweise berücksichtigt werden. Denn die Produktion und Durchsetzung von Identitäten ist stets ein umkämpfter Prozess. Denn Identitäten sind weder stabil, noch einheitlich, sondern fragmentiert und in Veränderung begriffen.³⁸²

380 Vgl. Ebenda.

381 Vgl.: HALL, Stuart: Culture, the Media and the 'Ideological Effect'. IN: MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009]. Vgl. dazu auch: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.131-137

382 Vgl.: MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009]. Vgl. dazu auch: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.128-132. Vgl. dazu auch: HALL, Stuart: Questions of Cultural Identity. IN: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies. Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.83-85. Vgl. dazu auch: MACHART, Oliver: Techno- Kolonialismus. Theorie und imaginäre Kartographie von Kultur und Medien. IN: ADOLF, Marian: Die unverstan-

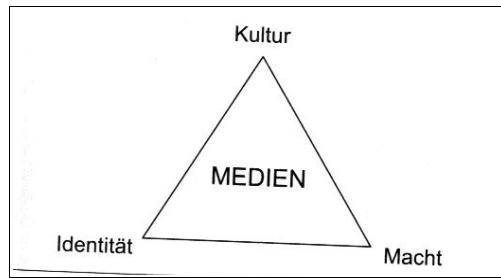


Abbildung 12: Das „magische Dreieck“ der Cultural Studies.

Erwähnung soll hier schließlich die identitätsstiftende Funktion der Medien finden. Demnach helfen Medien Identität und Differenz zu formen und fördern. Sie liefern Versatzstücke zur Konstruktion des eigenen Ichs und des Wir; sie strukturieren den Alltag und geben den Menschen Orientierung.³⁸³

„Identität wird zu einer zentralen Kategorie der Suche nach der Rolle der Massenkommunikation in der Reproduktion der bestehenden Ordnung. Das Selbstbild des Individuums, das Verständnis als Gemeinschaft, das Innen und das Außen sind in einer Mediengesellschaft wesentlich medial vermittelt.“³⁸⁴

Welche Rolle nun die Medien und andere Faktoren in der Konstruktion und Vermittlung von Identität und Differenz spielen, soll nun auf den nächsten Seiten detailliert analysiert und im Südtiroler Kontext gesetzt werden.

7.2 „Je klarer wir trennen, desto besser verstehen wir uns!“³⁸⁵: Identität und Differenz in der deutschen und italienischen Sprachgruppe Südtirols

Die heikle Frage nach der Identität der eigenen Gemeinschaft, in Abgrenzung zur anderen, „fremden“ Gruppe bzw. das Selbst- und Fremdbild der deutschen und italienischen Sprachgruppe, ist gerade in Südtirol – u.a. aufgrund der bewegten Geschichte und der jahrzehntelangen Trennungspolitik – besonders relevant und problematisch zu beantworten. Dabei divergieren die Positionen nach der eigenen Identität von der rechtsgerichteten und am Deutschtum orientierten „Südtirol ist nicht Italien“- bzw. der „Ein Tirol“-Mentalität bis hin zur Überzeugung der „*italianità*“

dene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.128f.

383 Vgl.: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.113.

384 Ebenda., S.131.

385 ZELGER, Anton. Hier zitiert nach: LANGER, Alexander: Miteinander, Nebeneinander. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S.179.

Südtirols, welcher mit dem Leitsatz „*siamo in Italia, si parla italiano*“ subsumiert werden kann. Natürlich gibt es auch gemäßigte Einstellungen über die eigenen Identität, wie beispielsweise die einer pluralistischen „Gesamt-Südtiroler-“ Identität abseits ethnischer und sprachlicher Mauern oder der Anschauung, dass Südtiroler weder Italiener, Österreicher, noch Deutsche sind, sondern in erster Linie Südtiroler und des Weiteren Europäer.

Was in Bezug auf das Selbstbild der SüdtirolerInnen zuallererst auffällt ist, dass sich die Identitäten in Südtirol primär über die **eigenen Sprachgruppe** bzw. über die **Orientierung an die jeweilige Muttersprache** in Abgrenzung zur „anderen“ Gemeinschaft definieren. Schon aufgrund der verpflichtenden Sprachgruppenzugehörigkeitserklärung muss sich – wie bereits erwähnt – jeder BürgerIn einer der drei Sprachgemeinschaften zuordnen. Dieses ethnische „Bekenntnis“ spielt eine nicht unwesentliche Rolle in der Stärkung und Bestätigung der eigenen Identität. Diese starke Identifikation und Bindung zur eigenen Sprachgruppe manifestiert sich – wie im Kapitel 6.2.5 gesehen – u.a. besonders deutlich in den diversen (Landtags-)Wahlen. So kann man feststellen, dass die Mehrheit der SüdtirolerInnen ihre Stimme vorwiegend den VertreterInnen der eigenen Sprachgruppe gibt. (Vgl. Abbildung 10, sowie Tabelle 6).³⁸⁶

Bei der deutschen Gemeinschaft wird meist von einer fest umrissenen, in sich geschlossenen, tief verwurzelten, religiösen und auf inneren Zusammenhalt bedachten (Sprach-)Gruppe ausgegangen, die große Verbundenheit zur deutschsprachigen (oder genauer Tiroler) Kultur, Sprache, Geschichte, Tradition, Folklore, Einstellung und „*way of life*“ zeigt.³⁸⁷ Alexander Langer charakterisiert die deutschsprachige Bevölkerung Südtirols als „[...] stark kristallisierte und eher unbewegliche Gesellschaft [...] Ihre Struktur ist weitgehend monolithisch, also einförmig und einheitlich (völkisch, politisch, sozial, kulturell, religiös usw.)“³⁸⁸ Beide Sprachgruppen orientieren sich sehr stark auf das jeweilige „**Hinterland**“ Italien und Österreich bzw. an den entsprechenden **Kulturräumen**. Letztere Nation spielt als Schutzmacht Südtirols eine besondere Rolle für die deutschsprachige Gemeinschaft. Durch die gemeinsame

386 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.137-186 ; S.195 ; S.281-290.

387 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.137-186 ; S.281-290.

388 LANGER, Alexander: Zum Selbstverständnis der Südtiroler. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S.58.

Vergangenheit, die kulturelle und sprachliche Nähe, sowie die engen persönlichen-, wie politischen Beziehungen zwischen Südtirol und Österreich, fühlen sich viele deutschsprachige SüdtirolerInnen – der Aussage des Landeshauptmanns Luis Durnwalder entsprechend – als „[...] österreichische Minderheit, die in Italien lebt.“³⁸⁹ Die SVP betont in ihrem Grundsatzprogramm sogar explizit den „[...] Anspruch auf die geistige und kulturelle Zugehörigkeit Südtirols zum Vaterland Österreich, zum deutschen Sprachraum und zum mitteleuropäischen Kulturraum [...]“.³⁹⁰ Auch Manuela Zappe unterstreicht in ihrer Studie über das ethnische Zusammenleben in Südtirol die Rolle der unterschiedlichen Kultur- bzw. Sprachräume auf die beiden großen Gemeinschaften der Provinz. Sie kritisiert jedoch auch ihren negativen Einfluss auf die Entwicklung einer sprach- und ethnienübergreifenden lokalen Identität in Südtirol.³⁹¹

„Hinter den dominierenden Sprachgruppenzugehörigkeiten ‘deutsch’ und ‘italienisch’ steht jeweils eine nationale Kulturdefinition, die der Ausbildung einer südtirolspezifischen regionalen Identität im Wege steht. Die Entwicklung zu einer selbstverständlichen pluriethnischen Identität wird durch äußere Einflußnahmen – die jeweils nationalen Kulturräume im Hinterland – wie provinzieller Einflußnahmen – die machtpolitische Ordnung nach Ethnien – beeinträchtigt und aufgehalten.“³⁹²

Zappes Untersuchung über die sprachpolitischen, sprachsoziologischen und soziokulturellen Einstellungen der SüdtirolerInnen belegt, dass das Selbstverständnis eindeutig umrissener und getrennter Gemeinschaften fest verwurzelt ist und dass eine mehrsprachige Gesamt-Südtiroler Identität bisher nicht oder nur in Ansätzen – zumeist in der jüngeren Generation – vorhanden ist. In ihrer Schlussbetrachtung stellt die Autorin fest, dass die Kontroverse zwischen den VerfechterInnen einer gemeinschaftlichen, pluralistischen Identität und der Mehrheit der Südtiroler Bevölkerung, die eine sture ethnische Abgrenzungsideologie verfolgt, immer noch aktuell und brisant ist. Nach Auffassung der GegnerInnen einer multikulturellen Identität könne nur eine eindeutig monoethnische Bestimmung den Menschen vor einem **Identitätsverlust** bewahren. Demnach ist eine eindeutige Selbstdefinition als Deutscher, Ladin oder Italiener unbedingte Voraussetzung für eine ausreichende individuelle Selbstorientierung.³⁹³

389 DURNWALDER, Luis. Hier zitiert IN: ORF ONLINE. Tirol. 12.08.2005. Online im WWW unter URL: <http://tirol.orf.at/stories/51310/> [Format: HTML ; Stand: 9.1.2009].

390 SÜDTIROLER VOLKSPARTEI (SVP): Grundsatzprogramm. Teil 1. Artikel 4. 1993. Online im WWW unter URL: <http://www.svpartei.org/de/politik/grundsatzprogramm/5.html> [Format: HTML; Stand: 11.12.2008].

391 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.137-186 ; S.281-290.

392 Ebenda., S.284.

393 Vgl.: Ebenda., S.281f.

Dieses Phänomen, nämlich dass die verschiedenen Sprachen und Kulturen nicht als (persönliche) Bereicherung, als Privileg und Chance geschätzt werden, sondern negativ konnotiert sind, ist unter großen Teilen der Südtiroler Bevölkerung immer noch verbreitet. Die Ablehnung gegenüber einem kulturellen „Mischmasch“, die Befürchtung sich nicht eindeutig einer Gemeinschaft zugehörig zu fühlen bzw. die Angst „identitätslos“ zu sein, ist vor allem bei der älteren Generation – aufgrund der *früher* berechtigten Angst vor Assimilierung und Italianisierung durch den Faschismus – noch immer tief verankert. Die so genannte „Mischkultur“ wird als Verlust der eigenen Identität, Sprache und Kultur gefürchtet. Eine strikte Trennungspolitik und eine genaue Zuordnung zu einer Sprachgruppe wird hingegen von der Bevölkerung mehrheitlich akzeptiert oder sogar gewollt. Zappe schlägt zur Überwindung dieser Mentalität, eine Entmystifizierung des ethnischen Gemeinschaftsbegriffs vor. Demzufolge ist eine Gruppe nicht als „gottgegebene Solidaritätsgemeinschaft“ mit einem verbindenden Geist und einer „Volksseele“ zu verstehen, sondern eher als lobbyistische Gruppierung.³⁹⁴

In der Folge soll die Frage beantwortet werden, wie Identitäten entstehen, wer sie, aus welchem Grund konstruiert und in welcher Form sie sich manifestieren. Wie im Einleitungskapitel zu den Cultural Studies gesehen sind Identitäten stets **konstruiert**, **umkämpft**³⁹⁵ und **im Wandel befindlich**. Diesbezüglich stellt der Politikwissenschaftler Günther Pallaver folgendes fest.

„Die Frage der Identität ist natürlich eine konstruierte. Es ist eine soziale Konstruktion, die Ethnie selbst ist eine soziale Konstruktion. [...] es sind sehr viele bewusste, unbewusste, offene, versteckte Elemente, die zur Identitätsbildung beitragen können. Aber neben dieser Alltagskultur haben wir eben eine offizielle Kultur, die eben auch sehr stark versucht, bestimmte Bilder dieser Identität zu konstruieren. Insofern spielen die Medien hier eine sehr starke Rolle. [...] Aber auch die offizielle Politik konstruiert hier Identitäten. Es kommt darauf an, welche Identifikationsfiguren es schaffen, sich hier in der „Agenda“ durchzusetzen um Identitäten zu konstruieren, abschaffen zu lassen oder auch zu dekonstruieren. Insofern ist das ein ständiger Prozess der stattfindet und wir können nicht von einem statischen Bild der Identität ausgehen.“³⁹⁶

394 Vgl.: Ebenda., S.152-162 ; S.283.

395 So stellt Zappe in ihrer Untersuchung kritisch fest, dass in Südtirol gegenwärtig ein regelrechter Wettstreit der Identitäten über national italienische und ethnisch deutsche Argumentationen geführt wird. Dies führe dazu, dass in den Köpfen der Menschen vielfach, trotz des alltäglichen, im Allgemeinen friedlichen Zusammenlebens, das Bild klar getrennten Kulturen vorherrscht. Vgl.: Ebenda. S.141.

396 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

Die Konstruktion von Identität und Differenz folgt dabei einerseits dem **Ziel** Einheit und Gleichartigkeit nach innen zu demonstrieren und nach außen Differenzen zur „anderen“ Gruppe zu betonen. Andererseits hat sie eine wichtige systemstabilisierende Wirkung, damit die seit Jahrzehnten betriebene Trennungspolitik der SVP legitimiert und der *status quo*, welcher für die deutschsprachige Bevölkerung, die sich nunmehr – im Gegensatz zu früher – in einer privilegierten (hegemonialen) Position als anerkannte Minderheit in Italien befindet, die die Mehrheit in Südtirol darstellt, aufrecht erhalten bleibt. Auch Christina Lutter unterstreicht die Konstruiertheit und Wandelbarkeit, sowie die Funktion von Kultur zum Erhalt und zur Legitimation des aktuell vorherrschenden Systems.³⁹⁷

„‘Kultur’ kann daher nicht mehr als Ausdruck einer festen, stabilen Identität einer ethnischen oder nationalen Gemeinschaft verstanden werden, sondern bezieht sich auf Prozesse, Kategorien und Wissensformationen, durch die Gemeinschaften als solche – spezifisch und in Differenz zu anderen – definiert werden. Auch nationale [wie lokale, *Anm. d. Verf.*] Identitäten sind auf diese Weise ‘gemachte’, ‘konstruierte’ *„imaged communities“* [...] Die Konstruktion von Nationen [oder eben anderer Gruppen, *Anm. d. Verf.*] als solche ‘imaginierte Gemeinschaften’ arbeitet mit Vorstellungen und Mythen, die sich auf einen gemeinsamen Ursprung, ungebrochene und kontinuierliche historische Traditionen und universale, ewig gültige Werte berufen, und mit ihnen die gegenwärtige Situation und politische Handlungsweise begründen und legitimieren.“³⁹⁸ [*Hervorhebung im Original*]

Identität und Differenz wird ferner häufig und vornehmlich im Vorwahlkampf **zu politischen Zwecken instrumentalisiert**. Diesbezüglich sieht der Autor Gero Lenhardt, den Schwerpunkt der ethnischen Abgrenzung im politischen Nutzen, nämlich die eigene Herrschaft bzw. Macht zu stabilisieren und auszuweiten.³⁹⁹ Im Südtiroler Kontext ist auch heutzutage noch, besonders bei den rechtsorientierten Parteien („Süd-Tiroler Freiheit“⁴⁰⁰, „Freiheitlichen“, „Union für Südtirol“ etc.) das

397 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.60-64 ; S.141-144 ; S.192.

398 LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.111f.

399 Vgl.: LENHARDT, Gero: Ethnische Identität und sozialwissenschaftlicher Instrumentalismus. IN: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.64.

400 So bedient sich der rechts-liberale Politiker Sven Knoll von der „Süd-Tiroler Freiheit“ des Öfteren der Angst einer heimlichen Unterwanderung der deutschsprachigen Kultur durch Italien und artikuliert mit der (leider berühmt gewordenen) Plakataktion „Südtirol ist nicht Italien!“ nachdrücklich die Differenz zu diesem Staat. So schreibt er auf der Homepage der Partei: „Die SVP ist längst zur staatstragenden Partei geworden und hat jegliche Unabhängigkeitsbestrebungen aufgegeben. In den Schulen werden den Kindern wichtige Teile der eigenen Landesgeschichte vorenthalten und nicht zuletzt die „Südtirol-Italia Werbung“ der SMG [Südtiroler Marketinggesellschaft, *Anm. d. Verf.*] sorgt dafür, dass Einheimische wie Gäste immer mehr im Glauben bestärkt werden, dass wir Süd-Tiroler deutschsprachige Italiener seien und Süd-Tirol im Grunde eine normale italienische Provinz sei. Diese Entwicklung ist sehr gefährlich, da sie die Identität unseres Landes nachhaltig untergräbt und letztlich auf die kulturelle Selbstaufgabe und somit auf die endgültige Italienisierung hinausläuft.“

Spiel mit der Angst vor einer Italianisierung⁴⁰¹ Südtirols und allgemein die angebliche Gefahr vor dem Verlust der eigenen Sprache und Kultur durch „Überfremdung“ hoch aktuell. Mit dieser politischen Strategie schürt die Politik nicht nur alte Ressentiment und evoziert unberechtigte Ängste, sondern sie betreibt einen, auf Populismus gestützten, Stimmenfang. Zappe stellt in ihrer Studie kritisch fest, dass „das Bewußtsein einer ethnischen Zugehörigkeit beim Individuum und die kontinuierliche Bestätigung und Kultivierung dieses Wissens durch den ethnopolitischen Diskurs, der in Vorwahlkampfzeiten durch Reizthemen verstärkt wird, einen ‘Teufelskreis’ bildet [...]“⁴⁰²

Dieser Teufelskreis wird jedoch auch von anderen „Faktoren“ bedingt, nämlich spielen **Medien** eine weitere entscheidende Rolle in der Pflege und Stärkung von Identität(en), sowie in der Untermauerung der Unterschiede zur anderen Sprachgruppe. Besonders die zwei „Sprachrohre“ der jeweiligen Gemeinschaft – auf der einen Seite die italienische „Alto Adige“ und auf der anderen die Dolomiten – treiben, die seit Jahrzehnten (auch von der Politik) forcierten Debatte um ethnische Reizthemen, an. Durch das wiederholte und ausführliche Artikulieren ethnischer Probleme werden diese nicht nur hochstilisiert, sondern durch die meist einseitige, hetzerische Art des Berichtens noch mehr emotionalisiert. Auffallend dabei ist, dass diese Spannungen mehr von den Medien und der Politik konstruiert werden, als dass sie in der Bevölkerung wirklich spürbar sind.⁴⁰³

KNOLL, SVEN. Plakataktion: „Süd-Tirol ist nicht Italien!“. 13. 07 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.suedtiroler-freiheit.com/content/view/80/1/1/1/> [Format: HTML ; Stand: 11.1.2009].

401 Wie erfolgreich mit der Angst vor einer drohenden Italianisierung oder einer möglichen Abhängigkeit gegenüber der italienischen Sprachgruppe gespielt wird, zeigte die Aktion des Bürgermeisters von St. Leonhard/Passeier, der kurz vor der Landtagswahl 2008 alle Haushalte brieflich aufforderte, die SVP aus folgendem Grund zu wählen: „Wenn die Südtiroler Volkspartei unter die 50%Marke fällt, müssen wir laut Autonomiestatut mit der italienischsprachigen Opposition und nicht mit der deutschsprachigen Opposition zusammenarbeiten und werden von dieser abhängig.“ SÜDTIROL ONLINE: Klotz: „Amtsmissbrauch des Bürgermeisters von St. Leonhard prüfen“. 30.08.2008. Online im WWW unter URL: <http://www.stol.it/nachrichten/artikel.asp?KatId=faundArtId=127135> [Format: HTML ; Stand: 11.1.2009]. Ferner sei hier noch die Titelgeschichte der „Dolomiten“ vor den Wahlen 2008 angeführt, in der die Tageszeitung eindeutig die Wahl der SVP unterstützt, indem sie die Angst einer italienischen Abhängigkeit thematisiert. „Schwache SVP stärkt Italiener. In ethnischen Fragen von Landespartnern erpressbar – SVP in Rom geschwächt. Bozen – Bei den Landtagswahlen in drei Tagen riskiert die SVP ihre absolute Mehrheit zu verlieren – und könnte damit von den italienischen Landespartnern erpressbar werden [...] Und egal wer, die neuen Partner bekämen auf jeden Fall wesentlich mehr Gewicht, als sie je hatten. Dies gilt besonders bei ethnisch sensiblen Fragen. Geschwächt wäre auch die SVP-Position in Rom. DOLOMITEN: Schwache SVP stärkt Italiener. 23.10.2008. S.1.

402 ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.287.

403 Vgl.: Ebenda., S.192-194. Dementsprechend schreibt Manuela Zappe „Zwischen den Medien und der Politik werden gegenseitig Schuldzuweisungen gesucht, wieso das Zusammenleben der Sprachgruppen dramatischer oder verzerrt dargestellt wird, als es im Alltag wirklich ist.“ Dieses problema-

Die Tageszeitungen „Dolomiten“ und „Alto Adige“ waren – wie bereits gesehen – nie ein unabhängiges, unpolitisches Medium, sondern traten stets für das Wohl der eigenen Sprachgruppe und die Interessen der jeweiligen politischen Führung ein.⁴⁰⁴ Dabei ist auch heute noch der Kampf bzw. die Verteidigung und Stärkung der eigenen Rechte, Kultur, Sprache und Identität einer der zentralsten Anliegen der beiden Zeitungen.⁴⁰⁵ Auch Karla Wild bestätigt in ihrer Diplomarbeit über die deutschsprachige Tageszeitung als primäres Ziel der Dolomiten „[...] die geistige und somit auch völkische Identität zu bewahren“⁴⁰⁶ Nach Ramminger erfüllen beide Printmedien wichtige politische und identitätsstiftende Funktionen. Demnach sei „[...] bei beiden Tageszeitungen [...] eine politische Tendenz auszumachen. Bei den ‘Dolomiten’ überwiege die Identifizierungsfunktion der Deutschen, Heimat- und Volkstumsbezug stünden im Vordergrund; im „Alto Adige“ wiederum überwiege die Feindbildfunktion gegenüber dieser Linie.“⁴⁰⁷

Mit der Frage nach der **Identität**(sproduktion) und des Prozesses zur Betonung der Unterschiede zwischen bestimmten Gruppen beschäftigt sich der Ethnologe Fredrik Barth. Ihm zufolge erfolgt dies auf mehreren Ebenen: zum einen können Symbole der Alltagskultur (Kleidung, Architektur, Sprache, Lebensstil etc.) in ihrem Gebrauch und ihrer Akzeptanz die Identifikation mit bestimmten Gruppen signalisieren. Zum anderen sind es in gleicher Weise Wert- und Moralvorstellungen, die als ethischer Spiegel einer Gesellschaft ausgelegt werden und die Nahe oder Distanz zu einer Gemeinschaft darstellen. Seiner Theorie folgend werden somit ethnische Gruppen durch die Kategorisierung von Zuschreibungen und Identifikationen konstruiert. Während die Mitglieder einer Gruppe nach innen durch eine ähnliche Geschichte, Sprache, Tradition, Werte etc. verbunden sind, wird der Unterschied nach außen über abweichende Überzeugungen und Wertvorstellungen zur anderen Gruppe bewahrt. Demnach sind die Bestandteile der individuellen Identifizierung (Inhalte von

tische Phänomen führt Zappe, vor dem Hintergrund der von ihr durchgeführten Interviews, auf ein politisches Kalkül, mit dem die politische Macht und der gesellschaftliche Einfluss gesichert werden soll, zurück. Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.192.

404 Vgl.: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.240. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.60-64 ; S.141-144 ; S.192.

405 Vgl.: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.240ff.

406 WILD, Karla: Die literarische Beilage im Tagblatt der Südtiroler „Dolomiten“. IN: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.243.

407 RAMMINGER, Helmut: Dolomiten und Alto Adige – Ein Vergleich von Gestaltung und Inhalt der beiden Zeitungen der deutsch- und italienischsprachigen Volksgruppen von 1945-1972. IN: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.242f.

Einstellungen und Meinungen über die eigene Gemeinschaft, sowie über fremde Gruppen) Faktoren, mit denen ethnische Abgrenzung aufgebaut wird und erhalten bleibt.⁴⁰⁸

Wo, wie und in welcher Form sich Identität und Differenz nun manifestiert, beantwortet Kathryn Woodward folgendermaßen: „Identitäten werden in und durch Kultur produziert, konsumiert und reguliert, indem Bedeutungen durch symbolische Repräsentationssysteme geschaffen werden.“⁴⁰⁹ Da diese Repräsentationen von den jeweiligen Machtverhältnissen abhängig sind, haben sie eine große politische Bedeutung. Zentral ist auch hier wieder, wer die Macht hat zu entscheiden, wer Teil der eigenen Gruppe ist und wer hingegen verbannt wird.⁴¹⁰

Das Herausstreichen der Differenzen zwischen den beiden Sprachgruppen und das Repräsentieren der eigenen Identität wird auch in Südtirol des Öfteren über Traditionen, Feste, Rituale, Mythen und über die zahlreichen emotional aufgeladenen Symbole (wie das Siegesdenkmal oder das provokante „Südtirol ist nicht Italien“ Schild am Brenner) öffentlich demonstriert. Auch hier erfüllen Medien eine entscheidende Aufgabe, in dem sie „ihre“ Riten und Traditionen vermitteln, Mythen und Helden konstruieren (man denke nur an die Verehrung des Tiroler Freiheitskämpfer Andreas Hofer) und „ihre“ Geschichte auf ganz spezielle Art und Weise übermitteln und somit ein bestimmtes (Geschichts-)Bewusstsein bei der eigenen Sprachgruppe evozieren. Der Pflege ihrer Geschichte und der Verehrung ihrer Traditionen ist besonders die ländliche deutschsprachige Bevölkerung verpflichtet. Auf den unzähligen traditionellen (kirchlichen) Zeremonien werden die typischen Trachten, Rituale, Symbole, aber auch die charakteristische Volksmusik und Küche – also allgemein die Tiroler Kultur – gepflegt und verinnerlicht. Mit dieser intensiven „Kultivierung“ und der Aufrechterhaltung des Tiroler Kulturbildes soll ebenfalls Geschlossenheit und Gemeinsamkeit demonstriert, sowie die Verschiedenheit zur italienischen Kultur verdeutlicht werden.⁴¹¹ Hierzu äußert sich der Südtiroler

408 Vgl.: BARTH, Fredrik: Ethnic Groups and Boundaries. IN: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.36ff.

409 WOODWARD, Kathryn: Concept of Identity and Difference. IN: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.83.

410 Vgl.: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005. S.83.

411 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.139-143. Vgl. dazu auch: PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

Politikwissenschaftler Günther Pallaver wie folgt.

„Die deutschsprachige Bevölkerung, insbesondere die ländliche Bevölkerung – aber nicht nur – hat natürlich einen gewissen [...] Traditionalismus. Das drückt sich in verschiedenen Formen aus: durch Feste bis hin zu kirchlichen Ritualen [...] Diese Alltagskultur ist natürlich auch stark mit der Frage der Identität verbunden. Oder sagen wir anders: wenn also in Gesellschaft, wo es keine ethnische Konnotation gibt, da haben diese Rituale selbstverständlich auch eine gewisse gesellschaftliche Funktion. Da werden heute nicht nur diese Rituale bei uns, in Südtirol, als solche angesehen, sondern auch allgemeine Tätigkeiten, Verhaltensweisen, Einstellungen, Verhaltensnormen haben hier vielfach eine ethnische Konnotation. [...] Im Gegensatz dazu gibt es die These, dass die italienischsprachige Bevölkerung viel weniger geschichtsbewusst ist, dass sie hier weniger verwurzelt ist und dass es also deshalb eine Asymmetrie zwischen den zwei großen Sprachgruppen in Südtirol gibt.“⁴¹²

Der Ansicht Pallavers folgend, sind die italienischsprachigen SüdtirolerInnen, aufgrund der Zuwanderung zur Zeit des Faschismus, im Vergleich zur deutschsprachigen Bevölkerung erst recht kurz in Südtirol und damit mit dem Land und ihrer Kultur weniger verbunden bzw. verwurzelt. Außerdem sind die italienischsprachigen SüdtirolerInnen von unterschiedlichen Teilen des Staates nach Südtirol gekommen. Demnach haben sie keine gemeinsame lokale Geschichte, Tradition, Kultur und eben Identität. Die italienischsprachige Gemeinschaft in Südtirol ist also tendenziell nicht so homogen, geschlossen und traditions- und geschichtsbewusst, wie die deutschsprachige Gruppe.⁴¹³

Abschließend sei hier noch der Fokus auf das Thema der Differenz gelenkt. Der Ethnologe Fredrik Barth konstatiert in seinem Werk „Ethnic Groups and Boundaries“, dass sich Gemeinschaften primär über ethnische Abgrenzung definieren und erst dann durch kulturelle Inhalte wie beispielsweise Sprache, Religion, Geschichte etc.⁴¹⁴ Auch der Philosoph und Kommunikationswissenschaftler Siegfried Schmidt teilt die Auffassung, dass die eigene Identität zuerst in Abgrenzung zu „fremden“ Gruppen definiert wird. Laut Schmidt erfolgt Wahrnehmung auf Differenzierung: so nehmen wir nicht die Identität von Etwas wahr, sondern das Anderssein („alterity“) des Beobachteten. Identität ist somit als Einheit von Differenz zu sehen. Etwas erkennen heißt demnach Etwas als Etwas anderes wahrzunehmen.⁴¹⁵

412 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

413 Vgl.: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.139-143. Vgl. dazu auch: PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

414 Vgl.: BARTH, Fredrik: Ethnic Groups and Boundaries. IN: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.36.

415 „[...] we never perceive identities, but difference; identities may be described as the unity of a diffe-

Am Beispiel Südtirol wird die Kategorie der Differenz nicht nur auf Grundlage der verschiedenen Kultur-, Bildungs- und Mediensysteme oder anhand der unterschiedlichen Sprachen ersichtlich, sondern vor allem durch die Sprachgruppenzugehörigkeitserklärung offiziell festgehalten. Zu dieser expliziten und unnötigen Betonung des „Andersseins“ fügte Alexander Langer folgendes kritisch an:

„Der Zwang zur ethnischen Eindeutigkeit unter Ausschluß aller Zwischentöne, das ethnische Tauziehen um Gelder und Posten, der Zwang zum permanenten Gegeneinander fanden ihren Höhepunkt in jener sogenannten „Volkszählung“: da fand amtlich vorgeschriebene und amtlich vorgegebene Identitätsstiftung am penetrantesten und reinsten statt: [...] das Bekenntnis zur Volksgruppe – dieser papierene Identitätsersatz mit gesetzlicher Wirkung! – wurde namentlich registriert und aufbewahrt. Von nun an ist die Identität (fast) aller in Südtirol lebenden Menschen festgelegt – auf die Volksgruppe. Für Abgrenzung und Konflikt ist jetzt auch amtlich gesorgt.“⁴¹⁶

Abschließend muss kritisch hinzugefügt werden, dass die jahrzehntelange Trennungspolitik der Südtiroler Volkspartei – nach dem Motto des SVP-Politikers Anton Zelger „Je klarer wir trennen, desto besser verstehen wir uns“⁴¹⁷ – eine ethnisch getrennte Gesellschaft, sozusagen zwei bzw. drei Parallelwelten mit undurchsichtigen Grenzen und ungebrochenen Mauern in den Köpfen der Menschen, hervorgebracht hat. Obwohl keine offene Gewalt zwischen den beiden Sprachgruppen mehr herrscht und auch wenn es im Alltag selten zu ethnischen Konflikten kommt, kann dennoch (noch) nicht von einer echten „Kultur des Zusammenlebens“⁴¹⁸ in Südtirol gesprochen werden. Um dies zu ändern, forderte der verstorbene Südtiroler Politiker und EU-Parlamentarier Alexander Langer zum einen eine Politik nach *seinem* Prinzip „Je mehr wir miteinander zu tun haben, desto besser verstehen wir uns!“⁴¹⁹ und zum anderen den Aufbau und die Stärkung einer sprachgruppenübergreifenden „Gesamt-Südtiroler“-Identität. Für ihn ist der/die GesamtsüdtirolerIn,

„[...] jener Mensch, der Südtirol als mehrsprachiges und plurikulturelles Land akzeptiert und möglichst positiv erlebt; das Zusammenleben mehrerer Sprachen, Kulturen, Traditionen, Geschichtsverständnisse u. dgl. [*sic!*] als Bereicherung annimmt [...] in

rence. To perceive means to perceive something as something different from something else“ Vgl.: SCHMIDT, Siegfried, J.: Media Societies: Fiction Machines. IN: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.106.

416 LANGER, Alexander: Das Südtiroler Pendel. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S.125.

417 ZELGER, Anton. Hier zitiert nach: LANGER, Alexander: Miteinander, Nebeneinander. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S.179.

418 LANGER, Alexander: Miteinander, Nebeneinander. IN: BAUER, Siegfried/ DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S.179.

419 Ebenda., S.180.

diesem Zusammenleben – bei aller Wahrung der geschichtlich gewachsenen Sprachgemeinschaften [...] – auch Chancen zur gegenseitigen Beeinflussung, zum Aufeinanderwirken-lassen wahrnimmt; und darin sogar einen Vorteil gegenüber der gewiß weniger komplizierten Einsprachigkeit etwa in Nordtirol oder im Trentino sieht. Ein/e so verstandene/r Gesamtsüdtiroler/in lebt in einem Land, dessen staatliche Zugehörigkeit als sekundär empfunden werden kann, wenn der sprachliche und kulturelle Pluralismus, das Existenzrecht aller Sprachgruppen und Personen, die demokratische Selbstregierung der gesamten Bevölkerung anerkannt und abgesichert sind – ohne gegenseitige Übervorteilung oder Verdrängung. Dazu braucht es ein Land, das sich nicht als vorge-schobenes Bollwerk des Südens oder des Nordens, des Deutschtums oder der Italianità versteht, sondern als ein Land der Begegnung und der Brücken – übrigens in der besten tirolischen Tradition – und in dem eine Kultur des Zusammenlebens entwickelt und erprobt wird.⁴²⁰

7.3 „*Culture as a whole way of conflict*“: Das ethnische Pendel Südtirols

„Wer vom Nebeneinander spricht, meint in Wirklichkeit ein kühles Ohneeinander, häufig auch ein nicht ganz offen zugegebenes Gegeneinander“
- Alexander Langer -⁴²¹

Wie bereits in der theoretischen Einleitung (Kapitel 7.1) gesehen, wird Kultur – nach dem Verständnis der Cultural Studies im Allgemeinen und nach dem Konzept Edward Thompsons et. al. im Speziellen – als ein ständig in Bewegung und Auseinandersetzung befindlicher, konfliktärer, machtgeprägter Prozess gesehen.⁴²² Mit Hilfe dieses Ansatzes, soll in der Folge mit aller Vorsicht versucht werden, die hegemonialen Bestrebungen und den früher offenen Kampf zweier Kulturen bzw. Sprachgruppen in Südtirol, zu analysieren. Jedoch soll zuerst der **Begriff der Hegemonie**, der wesentlich auf den marxistischen Philosophen, Schriftsteller und Politiker (Gründer der Kommunistischen Partei Italiens) Antonio Gramsci zurückgeht, kurz erläutert werden. Unter Hegemonie wird allgemein die Überlegenheit einer Gruppe, die die Macht bzw. Vorherrschaft über die politischen, ökonomischen und kulturellen Verhältnisse besitzt, verstanden. Hegemonie bedeutet ferner, dass diese herrschende Klasse ihre Lebensweise, Werte, Einstellungen etc. durchsetzen kann und die „Beherrschten“ diese Realität akzeptieren, als „normal“ wahrnehmen und nach diesen Regeln, Normen und Codes leben. Dabei wird Hegemonie meist nicht

420 LANGER, Alexander: Identitätsstiftung in Südtirol. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996. S.126.

421 LANGER, Alexander: Untergang der Sternstunde. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S.180.

422 Vgl.: HALL, Stuart: Cultural Studies and Theoretical Legacies. IN: HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999. S.20.

ausschließlich von der herrschenden „Elite“ getragen, sondern bedarf zum einen der Hilfe wesentlicher Institutionen und Strukturen, die diese Ordnung stützen und aufrechterhalten. Zum anderen basiert Hegemonie auf die Zustimmung der untergeordneten Klassen, die erst erreicht und gesichert werden muss. Die beherrschte Gruppe wird also nicht ausschließlich durch Gewalt und Repression regiert. Hegemonie wird schließlich u.a. über Familie, Kirche, Medien, diversen Bildungsinstitutionen etc. unterstützt und verbreitet. Gramscis Hegemoniekonzept kann abschließend als stetiger Kampf zwischen antagonistischen Gruppen, um die Dominanz über eine oder mehrere Gruppen charakterisiert werden. Dabei muss Hegemonie stets ausgehandelt, reproduziert und gesichert werden, dennoch kann sie nicht kontinuierlich aufrechterhalten bleiben. Nach Gramsci ist Hegemonie also eine Frage des Gleichgewichts bzw. des Kräfteverhältnisses, welches sich zwischen kontrastierenden Gruppen einpendelt.⁴²³

Eine ähnliche Metapher, nämlich das eines Pendels, verwendete auch Alexander Langer in seiner Beschreibung des Zusammenleben der drei Sprachgruppen in Südtirol.

“Das Pendel ist ein grausames, wenn auch oft leider realistisches Bild [...] Es schwingt aus und schlägt zurück; seine Schwingweite verändert sich nicht, so lange die Kraft gleichmäßig wirkt, die es antreibt. [...] Das Pendel ist kein Symbol für das Miteinander, nicht einmal für das Nebeneinander, sondern für das Gegeneinander. Es teilt unerbitterlich in zwei Lager und verhindert das Zusammenkommen. [...] Vorteile fallen heute mir zu und morgen dir, Nachteile treffen heute mich und morgen dich: neue Forderungen treiben das Pendel an und entgegengesetzte ethnische Blöcke formieren sich deutlicher.“⁴²⁴

Das „Südtiroler Pendel“ kann retrospektiv betrachtet als ständiges Hin und Her, als Gegeneinander zweier (antagonistischer) Kräfte betrachtet werden: von der Benachteiligung der Italiener unter der Österreich-Ungarischen Monarchie, über den faschistischen Terror gegen die deutschsprachigen Südtiroler und der darauffolgenden Unterdrückung u.a. der italienischsprachigen Bevölkerung während der nationalsozialistischen Okkupation, bis hin zur jahrelangen Oppression der deutsch-

423 Vgl. dazu auch: FRICKE, Dietmar: Der Hegemoniebegriff bei Gramsci. Universität Magdeburg. Online im WWW unter URL: http://www.ipw.ovgu.de/inipw_media/bilder/gramsci.doc [Format: WORD DOKUMENT; Stand: 17.1.2009]. Vgl. dazu auch: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Schriftenreihe Cultural Studies, Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.134ff. Vgl. dazu auch: PESTAL, Birgit: Kultur-Macht-Identität. Online im WWW unter URL: <http://masala.viennablog.at/2006/11/18/kultur-macht-identitaet> [Format: HTML ; Stand: 15.1.2009]. Vgl. dazu auch: ERDMANN, Jana: Hegemonie. IN: Medien-KulturWiki. Online im WWW unter URL: <http://www.leuphana.de/medienkulturwiki/medienkultur-wiki2/index.php/Hegemonie> [Format: HTML; Stand: 17.1.2009].

424 BAUER, Siegfried: Das Südtiroler Pendel. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S.180.

und ladinischsprachigen Südtiroler in den 1950er-1960er Jahren (Bombenjahre). Diese Zeit des Gegeneinanders war gekennzeichnet durch eine Politik des zwangsweisen Einschlusses (Assimilierung und Unterdrückung sprachlicher oder religiöser Vielfalt) oder des zwangsweisen Ausschlusses (Ausgrenzung, Ghettoisierung, Vertreibung, Vernichtung)⁴²⁵

Die deutsche Sprachgruppe schaffte es, sich in diesem Kampf als Minderheit geschlossen und mit festem inneren Zusammenhalt erfolgreich gegenüber der Mehrheit durchzusetzen und die eigenen Rechte, Interessen und die eigene Kultur zu sichern. Das „Südtiroler Pendel“ schwenkte im Rahmen der Autonomiebestrebungen stark zwischen den beiden Gemeinschaften hin und her. Wichtige Normen und Regelungen (Minderheitenschutz, Anerkennung und Gleichstellung der deutschen Sprache und Kultur etc.) für das zukünftige Zusammenleben wurden ausgehandelt (Stichwort: Konsens vereinbaren). Das „Paket“ wurde von vielen als misstrauischer Kompromiss im Tauziehen zwischen den Sprachgruppen gesehen und auch das (erste und zweite) Autonomiestatut wurde von einigen lediglich als Instrument zur Zurückdrängung des Einflusses der italienischsprachigen Eliten diskreditiert.⁴²⁶

Seit Mitte der 1970er Jahre gab es aufgrund der Vorteile durch das Autonomiestatut und der zahlenmäßigen Stärke der deutschsprachigen Bevölkerung die Tendenz zur Umkehrung des Pendels. So wird nun die gestärkte Position als dominierende Mehrheit im Land, als „Herr im eigenem Haus“ zur Durchsetzung der eigenen Machtstellung und Beibehaltung der ethnischen Trennungspolitik auf Kosten der italienischen Minderheit in der Provinz beansprucht.⁴²⁷ Auch Manuela Zappe

425 Vgl.: LANGER, Alexander: Die dominierende Minderheit: Volksgruppen- und Minderheitenpolitik. 1988. Online im WWW unter URL:

<http://www.alexanderlanger.org/cms/index.php?r=82&k=199&id=1212> [Format: HTML; Stand: 18.12.2008]. Vgl. dazu auch: LANGER, Alexander: Die Mehrheit der Minderheiten. Warum wird unsere Welt vom ethnischen Sauberkeitsswahn und vom grundlosen Vertrauen in Mehrheiten beherrscht? Berlin: Wagenbach, 1996. S. 122-141. Vgl. dazu auch: LANGER, Alexander: Das Südtiroler Pendel. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S. 110-154.

426 Vgl.: PALLAVER, Günther: Südtirols Konkordanzdemokratie. S. 532ff. Online im WWW unter URL: http://www.uibk.ac.at/politikwissenschaft/mitarbeiterinnen/pallaver/pdf/pallaver_527-555_tedesco.pdf [Format: PDF; Stand: 11.12.2008]. Vgl. dazu auch: LANGER, Alexander: Identität zwischen Heimat und globalen Disneyland. 1990. Online im WWW unter URL: <http://www.alexanderlanger.org/cms/index.php?r=82&k=199&id=297> [Format: HTML; Stand: 18.12.2008].

427 Vgl.: LANGER, Alexander: Die dominierende Minderheit: Volksgruppen- und Minderheitenpolitik. 1988. Online im WWW unter URL:

<http://www.alexanderlanger.org/cms/index.php?r=82&k=199&id=1212> [Format: HTML; Stand: 18.12.2008]. Vgl. dazu auch: LANGER, Alexander: Die Mehrheit der Minderheiten. Warum wird unsere Welt vom ethnischen Sauberkeitsswahn und vom grundlosen Vertrauen in Mehrheiten beherrscht? Berlin: Wagenbach, 1996. S. 122-141. Vgl. dazu auch: LANGER, Alexander: Das Südtiroler Pendel. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996. S. 110-154. Vgl. dazu auch: LANGER, Alexander: Identität zwischen Heimat und globalen Disneyland. 1990. Online im WWW unter URL:

untermauert in ihrer Untersuchung über das ethnische Zusammenleben in Südtirol diese problematische Entwicklung.

„Stetige Versuche orthodoxen National- und Volkstumspolitikern, eine Hegemonie gegenüber den anderen Sprachgruppengemeinschaft durchzusetzen und damit jeweils reziproke Ängste vor der ethnischen Assimilation zu entflammen, ersticken zudem jeden Ansatz einer Auflockerung dieses kategorisierten Volksgruppensystems.“⁴²⁸

Die Vorstellung von einem ethnisch getrennten Systems, welches von Kind an geprägt und verinnerlicht wurde, wird von großen Teilen der Südtiroler Bevölkerung als einzige und beste Lösung zum friedlichen Zusammenleben gesehen und akzeptiert. Somit wurde ein gesellschaftlicher Konsens durch eben diese Akzeptanz der vorherrschenden (ethnisch getrennten) Ordnung in der Zivilgesellschaft gesichert. Auf der Ebene der Politik wird schließlich die Notwendigkeit einer Abgrenzungspolitik u.a. zur Sicherung der eigenen Kultur, Sprache und Identität weiterhin betont, um die gegebenen Herrschaftsverhältnisse und die Dominanz der deutschen Sprachgruppe aufrechtzuerhalten.

In dieser Auseinandersetzung spielen Medien, wie bereits gesehen, eine wesentliche Rolle. Besonders die zwei großen Tageszeitungen „Dolomiten“ und „Alto Adige“ sind durch ihre große Reichweite und ihre starke meinungsbildende, identitätsstiftende (und auch manipulierende) Wirkung ein wichtiges Instrument im Tauziehen beider Sprachgruppen. Durch ihre stark ethnozentristische Prägung verteidigen sie primär die Interessen der eigenen Sprachgruppe und versuchen, als Sprachrohre der jeweiligen Gruppe, einen gesellschaftlichen Konsens, sowie eine einheitliche Stimme zu erzeugen (Stichwort: Konsensmanufakturen).⁴²⁹ In diesem Zusammenhang bewertet Stefan Kröll in seiner Diplomarbeit die Tageszeitung „Dolomiten“ wie folgt

„Die Dolomiten [dürfe] zwar nicht als Parteizeitung verunglimpft werden [...], jedoch [steht sie, *Anm. d. Verf.*] in einem klaren Nahverhältnis zur dominierenden Partei Südtirols, der SVP [...]. Die Zeitung versteht sich als aktives Instrument im Kampf um Volksgruppenrechte. In diesem Sinne ist die kritische Reflexion, politisch-gesellschaftlicher Vorgänge in der journalistischen Arbeit wohl solange erlaubt, als sie die Grundinteressen der deutschsprachigen Volksgruppe nicht grundsätzlich

<http://www.alexanderlanger.org/cms/index.php?r=82&k=199&id=297> [Format: HTML; Stand: 18.12.2008].

428 ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.282.

429 Vgl.: MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009]. Vgl. dazu auch: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.239-248.

gefährdet.“⁴³⁰

Das von Alexander Langer verwendete Bild des „ethnischen Pendels“ in Südtirol und die Auffassung der Cultural Studies von „Kultur als Konfliktfeld“ symbolisiert bzw. beschreibt in treffender Weise das Hin und Her der beiden Sprachgruppen, das explizite Gegeneinander in früheren Jahren, das anschließende Tauziehen bzw. Verhandeln um Minderheitenrechte und schließlich das Ringen um die (kulturelle) Vorherrschaft in der Provinz Bozen-Südtirol. Dabei hat die deutschsprachige Bevölkerung durch ihren engen Zusammenhalt, ihre Homogenität und durch einen breiten gesellschaftlichen Konsens, der vor allem durch die jahrzehntelang herrschende Partei SVP und dem einflussreichen Sprachrohr „Dolomiten“ geschaffen und gestärkt wurde, ihre Rechte durchgesetzt und ein stabiles (ethnisch getrenntes) System etabliert. Aufgrund der Vorteile für die deutsche Sprachgruppe durch das neuen Autonomiestatus, durch den mehrheitlichen Konsens unter der Bevölkerung und nicht zuletzt auf Grund des Wohlstandes der Provinz, konnte dieses System stabilisiert, jahrzehntelang legitimiert und sogar ausgebaut werden.

7.4 „Die Herrschaft der Provinzfürsten“ : der politisch-mediale Machtkomplex in Südtirol

In Anlehnung an das eindringliche Werk des ehemaligen SVP-Politikers Hubert Frasnelli „Die Herrschaft der Fürsten“ soll in diesem Abschnitt das bereits in Kapitel 6.3 angeschnittene, gravierende politisch-mediale Machtsystem der SVP unter der Führung des Landeshauptmannes Luis Durnwalder und das de-facto Monopol der Tageszeitung „Dolomiten“, welches seit Jahrzehnten *das* Machtinstrument der Familie Ebner ist, analysiert werden. Ein derartiges Aufdecken der medienpolitischen, demokratischen Missstände soll die Notwendigkeit für mehr Medien- und Meinungspluralismus, mehr Partizipationsmöglichkeiten und unabhängige, basisdemokratische Kommunikation in Südtirol hervorheben.

Der Machtapparat des – wie es Frasnelli provokant formuliert – Provinzfürsten Luis Durnwalder reicht in einer so kleinen, überschaubaren Provinz (wo salopp formuliert Jeder Jeden kennt und Jeder mit Jedem zwangsläufig zu tun hat) nahezu in alle Teile

430 KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994. S.247.

der Südtiroler Gesellschaft. Dieses Machtsystem wird mit weitläufiger und gezielter Besetzung strategisch wichtiger Positionen in Regierung, Verwaltung und auch in der Zivilgesellschaft aufrechterhalten, um eine langfristige Machtsicherung zu gewährleisten. Das Netz der Vertrauensleute Durnwalders (und der SVP) erstreckt sich dabei von der Parteibasis, den Ortsgruppen, bis zu den Bezirksobleuten, von Vereinen und Verbänden, zum Bauernbund, welcher die politische Stütze Durnwalders darstellt, bis zu den Banken (so gilt die Raffeisenorganisation als zweite bedeutende Plattform im Machtsystem Durnwalders). In diesem Macht- und Subventionssystem werden parteitreue und angepasste Gefolgsleute finanziell – natürlich gesetzeskonform – und in Karrierefragen unterstützt, während den unabhängigen oder sogar oppositionellen Köpfen öffentliche Subventionen entsagt werden.⁴³¹

So warnt auch der Gründer der Demokratischen Partei Südtirol (DPS) und seit 2004 Mitglied der Grünen Sigmund Kripp vor den Gefahren dieser „Gefälligkeitsdemokratie“:

„Der Landeshauptmann habe ein „Freunderl-System“ aufgebaut, das nicht mehr mitteleuropäisch sei. Durnwalder sage jedem, wie weit er gehen dürfe, nach dem Motto: „Du bist mein Freund, aber wenn du gegen den Flughafen bist, dann bist du raus aus dem Spiel.“⁴³²

Genau dieses allumfassendes Geflecht aus finanzieller, medialer und politischer Abhängigkeit in Südtirol stellt ein enormes demokratiepolitisches Problem dar, denn eigenständiges und unabhängiges (politisches) Handeln wird in einem derartigen kleinen und in sich verwobenen System schier unmöglich.⁴³³ So darf sich nach Frasnelli „in diesem System [...] kaum noch einer etwas trauen, wirklich eigenständig und unabhängig zu entscheiden oder gar politisches Wohlverhalten versagen. Denn wenn sie dies täten, wären sie auf einen Schlag das Wohlverhalten des Provinzfürsten und damit meistens auch die konkret benötigten Fördermillionen ganz los oder diese würden auf das gesetzlich unvermeidbare Minimum zusammengestrichen.“⁴³⁴

Dabei hätte dieses, seit 1945 bestehende (jedoch seit der letzten Wahl bröckelnde) Monopol der SVP nicht in dieser Form, ohne die mediale Unterstützung des – laut

431 Vgl.: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.252-267.

432 KRIPP, Sigmund. Hier zitiert nach: ULRICH, Stephan. IN: SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: Fast ein Fürstentum. Prunk und Proporz in Südtirol. 13.03.2008. Online im WWW unter URL: http://data3.blog.de/media/250/2403250_d832459491_d.pdf [Format: PDF; Stand: 10.11.2008].

433 Vgl.: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.258.

434 Ebenda.

Frasnelli – zweiten Provinzfürsten Michl Ebner bestehen können. Dieser ist nicht nur Verlagsdirektor des Printimperiums Athesia, sondern ebenfalls EU-Parlamentarier und neugewählter Handelskammerpräsident. Als SVP-Parteimitglied profitiert er seit Jahren von dieser Synergie. Indem die einflussreiche Tageszeitung die prädominierende Partei seit jeher Rückhalt gab und unliebsame politische Gegner diskreditierte, konnte das gemeinsame provinzfürstliche Herrschaftssystem gesichert und gestärkt werden. So thematisiert auch die parteiunabhängige Zeitung „Südtiroler Nachrichten“ (die Ende 2006 eingestellt werden musste) diese einzigartige politisch-mediale Allianz: ⁴³⁵

“Seit dem Ende des zweiten Weltkrieges hat die sogenannte Sammelpartei der Südtiroler, SVP, eine Monopolstellung im politischen Leben des Landes inne gehabt. Sie hätte diese Position nicht erreichen können ohne die volle medienpolitische Rückendeckung durch den Athesia-Verlag [...] Diese Zusammenarbeit hat sich seither für die SVP und für den Athesia-Verlag in jeder Hinsicht bestens gelohnt. Es handelt sich zwar um zwei verschiedene Machtzentren, aber die gesellschaftlichen Kräfte, die dahinter stehen, sind dieselben. Die geschickte Mischung aus Heimatgefühl, nationaler Agitation, geschäftlichen Interessen und religiöser Tradition hat dem konservativ-klerikalen Block bisher nicht nur eine politische Vormachtstellung, sondern auch einen maßgebenden Einfluss auf die Meinungsbildung im Lande gesichert.“⁴³⁶

Die „Dolomiten“ betreibt – wie bereits gesehen – vornehmlich eine interessensgeleitete, parteiische und teilweise hetzerische Berichterstattung. So werden kritische Einstellungen oder nicht-parteiikonforme Aussagen gewisser Politiker (die nach Frasnelli angeblich auf einer „schwarzen Liste“ notiert sind) entweder gekürzt oder aus dem Zusammenhang gerissen, Negativmeldungen jedoch werden gerne überbetont. Hubert Frasnelli, der die Macht der SVP in Form von wiederholten Hetzkampagnen persönlich spüren musste, stellt in diesem Zusammenhang folgendes fest. ⁴³⁷

„Haltungen von Mandataren und Funktionären der SVP, aber auch von anderen Parteien, die nicht bereit sind, den Kniefall vor dem Herausgeber der Tageszeitung zu leisten oder die politische Machtsphäre und die wirtschaftlichen Betriebsinteressen stören, werden im angenehmsten Falle ganz einfach verschwiegen. Ignorieren, totschweigen, dies ist eine alte, vor allem von Toni Ebner sen. eingeführte und bewährte Tradition des Hauses.“⁴³⁸

435 Vgl.: Ebenda., S.266f.

436 SÜDTIROLER NACHRICHTEN: Meinungsvielfalt, Macht, Geschäft. September/Oktober 2003.

Online im WWW unter URL:

http://www.suedtirolernachrichten.it/view_news_html?news_id=20031127101141 [Format: HTML; Stand: 20.1.2009].

437 Vgl.: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000. S.20ff.

438 Ebenda.

Schließlich wird besonders das problematische personelle und ideelle Nahverhältnis der „Dolomiten“ zur Südtiroler Volkspartei von KritikerInnen moniert. So missfällt es dem Extrembergsteiger und Politiker der Grünen Reinhold Messner, dass das Medienhaus „Athesia“ nicht nur Ideen und Personen hoch- und niederschreibt, sondern dass das Printimperiums versucht, ohne politisches Mandat die Landesregierung durch propagandistische Berichterstattung zu erpressen. Er verlangt die unbedingte Trennung zwischen medialer- und politischer Macht.⁴³⁹ Kritik über diese offensichtliche Verflechtung kommt aber auch aus den eigenen Reihen. So betont der „SVP-Rechts-Außen“ Franz Pahl, dass „[...] unsere Partei und viele Exponenten [...] unendlich verfilzt mit der Medienmacht im Land [sind, *Anm. d. Verf.*], das heißt mit dem Medienkonzern „Athesia“ und der Tageszeitung „Dolomiten“. Sie [die SVP-Politiker, *Anm. d. Verf.*] haben sich ihr seit vielen Jahren unterworfen, um eine gefällige Liebkind-Berichterstattung zu bekommen und auf diese Weise opfern sie ihr politisches, ihr gedankliches und ihr eigenständiges Urteil [...]. Wir sind dem Volk verantwortlich und nicht den hauspolitischen Macht-, Medien- und Geldinteressen des Athesiakonzerns.“⁴⁴⁰

Alarmiert von der Gefahr für die Demokratie und dem Pluralismus in Südtirol durch die hohe Konzentration von Medienmacht und politischer Macht, sowie durch das SVP-„Athesia“- Monopol, warnte Hubert Frasnelli mehrmals vor „berlusconiartigen“ Verhältnissen.⁴⁴¹ Auch der österreichische Journalist und Verleger Hubertus Czernin beobachtet im Vorwort des Buches „Die Herrschaft der Fürsten“ mit präzisiertem Blick von Außen, die Missstände in der politischen und medialen Landschaft Südtirols. Für ihn unverständlich ist, neben der ethnischen Trennungspolitik der SVP, die Macht Durnwalders, der eher den Landtag kontrolliert als der Landtag den Landeshauptmann und das Medienmonopol der Athesia, das einzigartig ist in Europa und wesentlich dominanter als jenes der „Mediaprint“ in Österreich.⁴⁴² Dementsprechend negativ fällt sein Urteil aus:

439 Vgl.: MESSNER, Reinhold. Interview zum Thema Medien und Politik in Südtirol. IN: SPRACHROHR.TV: Medien und Politik. Online im WWW unter URL: http://archiv.sprachrohr.tv/index.php?option=com_seyret&Itemid=27&task=videodirectlink&id=204 [Format: VIDEO; Stand: 28.12.2009].

440 PAHL, Franz. Interview zum Thema Medien und Politik in Südtirol. IN: SPRACHROHR.TV: Medien und Politik. Online im WWW unter URL: http://archiv.sprachrohr.tv/index.php?option=com_seyret&Itemid=27&task=videodirectlink&id=204 [Format: VIDEO; Stand: 28.12.2009].

441 Vgl.: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000.S.131.

442 Vgl.: CZERNIN, Hubertus. IN: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000.S.9.

„Südtirol kennt keine Pluralität, nicht in der Politik und auch nicht in der Medienlandschaft, weil viele meinen, man könne sich diese als Minderheit im italienischen Staat nicht leisten. Vielleicht würden das gar nicht so viele Bürger meinen, aber ihre politischen Repräsentanten in der SVP lassen sie das glauben. Die Monopole hatten tatsächlich ihre Berechtigung, solange der Kampf um Autonomie nicht entschieden war. Bis dorthin war es verständlich und auch nötig, die Kräfte des Landes zu bündeln, um die Selbstständigkeit im Rahmen des Staatsganzen durchzusetzen. In der Gegenwart aber erscheinen die alten Monopole immer stärker als zu groß geratene Apparate der Machterhaltung, deren Vertreter nicht wahrhaben wollen, dass sich die Zeiten geändert haben und Minderheiten auch in politischer Pluralität Bestand haben.“⁴⁴³

443 CZERNIN, Hubertus. IN: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000.S.11.

8. CHANCEN UND GRENZEN FÜR EINEN OFFENEN KANAL IN SÜDTIROL

In diesem Kapitel soll nun untersucht werden, welche friedensstiftende-, (inter-) kulturelle-, integrative- und demokratische- Funktion ein mehrsprachiger, multikultureller Offener Kanal in einem Land wie Südtirol einnehmen kann und inwiefern eine solche Initiative, den spezifischen Südtiroler Problemen, welche sich aus den vorangegangenen Kapitel herauskristallisiert haben, entgegenwirken kann. Dabei soll besonders darauf geachtet werden, ob ein Offener Kanal den Mangel an Meinungs- und Medienpluralismus ausgleichen, Partizipations- und Artikulationsmöglichkeiten anbieten und zum Dialog der Kulturen, sowie zu einem besseren Verständnis, Abbau von Vorurteilen und Aufbau von Vertrauen beitragen kann. In diesem Abschnitt sollen nicht nur die Gründe für Bürgermedien in Südtirol angeführt werden, sondern auch die Grenzen Offener Kanäle, sowie die potenziellen Risiken und die zu erwartenden Widerstände ihren Platz finden. Die Behandlung letzterer Frage ist sicherlich von ebenso großer Bedeutung, um einerseits die Vorbehalte gegenüber Bürgermedien wahr- und ernstzunehmen und in die Planung mit einzubeziehen, sowie andererseits möglichst früh den, meist von Ängsten und Vorurteilen geprägten Diskussionen entgegenzutreten. In der Folge (genauer in Kapitel 9) soll ein Konzept erstellt werden, welche Merkmale ein derartiger Sender aufweisen sollte, um seine Hauptziele – nämlich die Sicherung der Rede- und Meinungsfreiheit, die Gründung einer basisdemokratischen, unabhängigen, sprachen- und ethnienübergreifenden Kommunikationplattform, sowie die Etablierung der ersten Bildungsinstitution im audiovisuellen Bereich zur Vermittlung von Medienkompetenz – bestmöglichst umzusetzen. Schließlich soll in Kapitel 10 untersucht werden welcher technischen, finanziellen und politischen Voraussetzungen es bedarf, um einen derartigen Offenen Fernsehkanal in Südtirol zu gründen.

8.1 Warum braucht Südtirol überhaupt einen Offenen Kanal?

Obwohl Offenen Kanälen ein enormer demokratischer, gesellschaftliche (Mehr-)Wert zugesprochen wird und sie nachweislich eine Fülle von bedeutenden Funktionen erfüllen, stellt sich für die Mehrheit der Bevölkerung dennoch die Frage: Warum brauchen wir eigentlich einen Offenen Kanal? Einer der Gründe für diese, seit jeher

hartnäckig existierende, Frage ist sicherlich das mangelnde Wissen, sowie der geringe Bekanntheitsgrad von Bürgermedien innerhalb der Gesellschaft. Die konsequente und wiederholte Beantwortung dieser *Question* bzw. die Schaffung von Bewusstsein für den Wert und Nutzen von Bürgermedien im Allgemeinen ist eine der wesentlichsten Aufgaben vor ihrer Errichtung. Speziell in Südtirol ist, nach Einschätzung des Verfassers, diese Aufklärungs- und Öffentlichkeitsarbeit unbedingt erforderlich und ehestmöglich durchzuführen. Es ist selbsterklärend, dass dieser Prozess nie gänzlich abgeschlossen ist und stets aufs Neue, mit viel Geduld und Engagement, von möglichst vielen Befürwortern freier, demokratischer, partizipativer Bürgermedien vollzogen werden muss. Die Frage, warum Südtirol überhaupt einen Offenen Kanal braucht, soll nun vor dem Hintergrund der gewonnen Erkenntnisse über die spezifischen Defizite der Provinz, mit Fokus auf zwei wesentliche Aspekte, beantwortet werden.

- **Medienpluralismus, Meinungsvielfalt und Partizipation**

Wie im vorangegangenen Abschnitt gesehen, herrscht in Südtirol eine starke Verquickung von Medien und Politik bzw. eine politisch-medialer Macht- und Medienkonzentration, bestehend aus der Allianz zwischen der Verlagsanstalt „Athesia“ und der SVP. Ein weiterer, aus demokratiepolitischer Sicht, problematischer Aspekt ist der mangelnde Medien- und Meinungspluralismus, sowie die dominante meinungsgenerierende-, teils manipulierende Kraft der Tageszeitung „Dolomiten“ auf der einen Seite, und der Tageszeitung „Alto Adige“ auf der anderen Seite. Abseits dieser, der eigenen Sprachgruppe verschriebenen Medien, gibt es nur begrenzt Platz in der Öffentlichkeit, für non-konforme, alternative Kommunikation. Diese verläuft in Südtirol nämlich in genau vorgefertigten und kontrollierten Bahnen; unabhängige und kritische (Medien-)Projekte haben entweder einen zu geringen Einfluss und Reichweite oder sie sind aus politischen oder finanziellen Gründen nicht dauerhaft umsetzbar. Möglichkeiten zur Partizipation oder Artikulation gibt es – abgesehen vom Bürgerradio „Radio Tandem“ und dem neuem Internetvideoportal „sprachrohr.tv“ – so gut wie keine. Bezüglich der, in puncto Medien- und Meinungspluralismus bzw. Medien- und Machtkonzentration, kritischen Situation in Südtirol moniert Pallaver:

„Wir haben hier in Südtirol, nach meiner Auffassung, was die Medienvielfalt betrifft, Defizite! Defizite insofern, weil wir eine starke Medienkonzentration haben. Diese äußert sich in den Auflagen, dies äußert sich vor allem in der Konzentration der Werbung. Rein quantitativ gibt es natürlich im Lande eine Unmenge von Print- und elektronischen Medien, aber das sagt noch lange nichts über die Konzentration aus. Wir haben hier in Südtirol durch das Verlagshaus eine starke Medienkonzentration.

Medienkonzentration bedeutet ein weniger an Medienpluralismus und insofern bedeutet ein weniger an Medienpluralismus Defizite, was ein liberal- demokratisches System betrifft. Innerhalb der italienischsprachigen Gruppierung ist diese Medienkonzentration etwas geringer, allerdings sehen wir, dass im Printmedienbereich die Tageszeitung „Alto Adige“ eine prädominante Position einnimmt.“⁴⁴⁴

Die Europäische Union, genauer gesagt der Ausschuss für Kultur und Bildung, in dem auch der Verlagsdirektor der „Athesia“ Michl Ebner vertreten ist, verlangt größere und aktivere Unterstützung für Bürgermedien von den europäischen Ländern und „[...] fordert nachdrücklich, den Medienpluralismus zu wahren, und dafür zu sorgen, dass alle EU-Bürger Zugang zu freien und vielfältigen Medien in allen Mitgliedstaaten haben. Ein pluralistisches Mediensystem sei eine Grundvoraussetzung für das Fortbestehen des demokratischen europäischen Gesellschaftsmodells.“⁴⁴⁵ Die EU unterstreicht ferner ausdrücklich, dass Bürgermedien zum Medienpluralismus beitragen und beauftragt die Kommission, „bei der Festlegung von Indikatoren für Medienpluralismus die Bürgermedien als alternative, basisorientierte Möglichkeit zur Steigerung des Medienpluralismus zu berücksichtigen.“⁴⁴⁶ Schließlich bekräftigt die EU die Wichtigkeit der freien Meinungsäußerung bzw. des freien Zugangs zu Medien und die Möglichkeit der Partizipation an öffentlichen Debatten. Diese wesentlichen demokratischen Funktionen können, nach Ansicht des Europäischen Parlaments, Bürgermedien ermöglichen.⁴⁴⁷

Vor dem Hintergrund der hohen Macht- und Medienkonzentration, der raren Artikulations- und Beteiligungsmöglichkeiten und des mangelnden Medien- und Meinungspluralismus in der Provinz Bozen-Südtirol, wäre die Gründung und Unterstützung von Bürgermedien im Allgemeinen und eines Offenen Fernsehkanals im Besonderen sehr zu begrüßen, um nicht zu sagen dringend erforderlich. Ein freies, von Wirtschaft und Politik unabhängiges und für alle zugängliches Medium, von BürgerInnen für BürgerInnen, wäre eine geeignete Plattform, um unverfälscht authentische Meinungen zu bündeln, Diskussionen jenseits der „SVP-Dolomiten“

444 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

445 MIKKO, Marianne: Medienkonzentration und -pluralismus in der EU. September 2008. Online im WWW unter URL: http://www.europarl.europa.eu/news/expert/briefing_page/35770-266-09-39-20080901BRI35769-22-09-2008-2008/default_p001c006_de.htm [Format: HTML; Stand: 24.01.2009].

446 RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

447 Ebenda.

Kontrolle zu führen und eine vielfältige, demokratische Kommunikationskultur zu entwickeln. Abschließend sei hier noch auf das Grundsatzpapier des Arbeiterkreises Offene Kanäle/Bürgermedien angeführt, die auf die fundamentale demokratische Bedeutung von Bürgermedien hinweisen.

„In einer Demokratie dienen Medien zentral der gesellschaftlichen Meinungs- und Willensbildung, also einem offenen Aushandlungsprozess widerstreitender Interessen, in dem alle zu Wort kommen können müssen. Das bedeutet, dass ein demokratisches Gesellschaftssystem nur so funktionieren kann, wie dessen Medien zugänglich sind.“⁴⁴⁸

● Interkultureller Dialog, Integration und Identitätsstiftung

Ein Offener Kanal, als mehrsprachige und multikulturelle Initiative, würde sich nicht nur positiv auf die strikte Trennungspolitik der SVP und gegen das ethnisch getrennte Mediensystem auswirken, sondern würde auch die Beziehungen zwischen den beiden Sprachgruppen im hohen Maße verbessern, indem der Offene Kanal als Ort der Begegnung, des Miteinanders und des (interkulturellen) Dialogs⁴⁴⁹ fungieren könnte. Insbesondere in Bezug auf letzteren Aspekt könnte ein Offener Kanal in Südtirol wichtige Impulse setzen. Auch Johannes Schütz attestiert dem Offenen Kanal wichtige (inter-)kulturelle und vermittelnde Funktionen.⁴⁵⁰

„[...] ein Offener Kanal [kann, *Anm. d. Verf.*] sehr gut einen solchen Raum bieten, wo sich Communities bilden, besonders in multikulturellen Regionen. Im multikulturellen Europa ist dadurch auch eine interkulturelle Begegnung möglich. Offene Kanäle nehmen eine besondere Bedeutung zur Bildung von Communities, zur Identitätsbildung, zur Völkerverständigung, zur interkulturellen Arbeit! Und auch für

448 Arbeiterkreis Offene Kanäle / Bürgermedien (AKOK): Grundsatzpapier des Arbeiterkreis Offene Kanäle / Bürgermedien (AKOK), 2001. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.22.

449 Bettina Wiengarn, Vorsitzende des Bundesverbands Offener Kanäle (BOK), betont im Experteninterview die wichtige integrative und interkulturelle Funktion von Bürgermedien wie folgt: „Ich denke Medien, Offene Kanäle (ob Fernsehen oder Radio) sind ein hervorragendes Mittel des interkulturellen Dialogs. Es gibt kaum ein besseres Mittel um sich gegenseitig bekannt zu machen, um Fremde in Freunde zu verwandeln, um zu zeigen: so sind wir!“ WIENGARN, Bettina: Vorsitzende des Bundesverbandes Offenen Kanäle (BOK) und Leiterin des Offenen Kanals Magdeburg. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

450 Auch Pieter de Wit, Präsident des Community Media Forum Europe (CMFE) greift die wesentliche (inter-)kulturelle Funktion von Bürgermedien im Experteninterview auf: “If you look at what community channels can mean for communities, for cities, for villages, for neighbourhoods, you see that open channels offer great possibilities to make programs, to communicate with own groups, but also with other groups of a society. Open channels offer a very good platform for communication, it brings different cultures together and in that way I think that open channels help build local society and help making people understanding each other better and making understand culture among each others better.“ DE WIT, Pieter: Präsident des Community Media Forum Europe (CMFE) und Direktor der niederländischen Föderation der „community-media“ (OLON). Interview am 13.09.2008 in Berlin.

sprachliche Minderheiten hat der Offene Kanal eine ganz große Bedeutung.“⁴⁵¹

In puncto Völkerverständigung und interkultureller Dialog führt Jürgen Linke seine eigenen jahrelangen Erfahrungen und Beobachtungen, als Leiter des Offenen Kanals Berlin an. Im Experteninterview verdeutlicht er den wesentlichen Beitrag Offener Kanäle als Vermittler und Brückenbauer an folgendem Exempel:

„Ich will das am Beispiel Berlin erklären: wir haben ja in Berlin sehr viele – in Deutschland heißt es so schön – mit Migrationshintergrund, die sich teilweise sehr kontrovers gegenüberstehen. Nehmen wir mal Kurden und Türken. Die treffen sich im Offenen Kanal, die unterhalten sich und machen teilweise gemeinsame Sendungen. Durchs gemeinsame Handeln entsteht Austausch, bessere Verständigung, besseres Verständnis für die Belange des Anderen. Also das funktioniert ganz gut. Aber es funktioniert nur, wenn man wirklich alle gleich behandelt.“⁴⁵²

Analog zur Aussage Linkes lernen sich die ProduzentInnen des Offenen Kanals im kontinuierlichen Miteinander-arbeiten im Offenen Kanal besser kennen. Aus erster Hand erfahren sie mehr über die jeweils andere Gruppe (über ihre Geschichte, Kultur, Mentalität, Gewohnheit, Wünsche, Ängste, Erfahrungen, Einstellungen etc.). Somit können zum einen Vorurteile und Stereotypen abgebaut und Freundschaften oder Netzwerke aufgebaut werden. Durch ein ungezwungenes Miteinander können die eigenen Mauern und Barrieren im Kopf idealerweise Stück für Stück abgetragen und gegenseitiges Vertrauen hergestellt werden. Diese harmonisierende bzw. friedensstiftende Funktion stellt, nach Günther Pallaver, besonders für die ethnisch getrennte, multikulturelle Gesellschaft Südtirols, eine enorme Chance dar.⁴⁵³

„In Gesellschaften mit ethnischen Fragmentierungen, mit Konflikten und Spannungen gibt es oder hat es in der Vergangenheit Modelle gegeben, indem man versucht hat Vorurteile abzubauen. [...] Insofern haben natürlich Medien, mit der Möglichkeit von großen Reichweiten, eine besondere Funktion. In solchen Gesellschaften, die ethnisch fragmentiert sind, haben Medien ja nicht nur die Funktion der Information, sondern auch die der Friedensstiftung und des Abbaus von Vorurteilen. Insofern glaube ich, dass die Medien hier besonders verantwortungsbewusst agieren müssen. Ich glaube, dass Offene Kanäle einen wichtigen Beitrag in diese Richtung leisten können.“⁴⁵⁴

451 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

452 LINKE, Jürgen: Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

453 PALLAVER, Günther: Demokratie und Medien in ethnisch fragmentierten Gesellschaften. IN: PALLAVER, Günther (Hrsg.): Die ethnisch halbierte Wirklichkeit. Innsbruck: Studienverlag, 2006. S.9-40.

454 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

Ferner könnte ein derartiger Sender in Südtirol, als einziges interethnisches Fernsehprojekt, eine pluralistische, unabhängige und sprachgruppenübergreifende Berichterstattung bieten. Indem ein Thema aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet wird kann eine Art Korrektiv zum ethnisch gefärbten und verzerrten Mediensystem hergestellt werden. Des Weiteren würden Themen im Offenen Kanal ausführlich behandelt und öffentlich diskutiert werden (z.B. innerhalb von Themenabende etc.) zum Unterschied zu den drei Minuten oder zwei Spalten Beiträgen anderer Medien. Eine ausführliche Behandlung von relevanten (lokalbezogenen) *Sujets* würde einerseits zur Schaffung eines größeren Problembewusstseins in der Bevölkerung führen und andererseits Toleranz, sowie ein besseres gegenseitiges Verständnis fördern. Auch das Europäische Parlament „[...] weist darauf hin, dass Bürgermedien dazu beitragen, die Identität spezifischer Interessengruppen zu stärken, während sie gleichzeitig den Angehörigen dieser Gruppen die Gelegenheit bieten, sich mit anderen Gesellschaftsgruppen zu befassen, und daher eine wichtige Rolle bei der Förderung von Toleranz und Pluralismus in der Gesellschaft spielen und zum Dialog zwischen den Kulturen beitragen.“⁴⁵⁵

Das Europäische Parlament betont ferner, „[...] dass die Bürgermedien ein wirksames Mittel sind, die kulturelle und sprachliche Vielfalt sowie die soziale Integration und die lokale Identität zu fördern“⁴⁵⁶ So könnte ein mehrsprachiger Offener Fernsehkanal neben der Möglichkeit zur (medialen) Ausübung, Pflege und Vermittlung der eigenen kulturellen Identität, auch zur Verbesserung der, in vielen Teilen der Bevölkerung mangelhaften Zweitsprachenkompetenz, beitragen. Er könnte die immer noch vorhandenen Sprachbarrieren verringern und langfristig unter Umständen eine sprachgruppenübergreifende Gesamt-Südtiroler Identität beflügeln. Indem nicht nur die Identität der eigenen Gemeinschaft repräsentiert und vorwiegend die Unterschiede zur anderen Gruppe betont werden, kann das bisherige einseitige Identitätsverständnis, welches durch die etablierten Medien vermittelt und gestärkt wird, *peu à peu* korrigiert werden. Der Offenen Kanal könnte, als überparteiliche und interethnische Kraft, einen Beitrag zur Bekämpfung des „ethnischen Pendels“ beisteuern. Zur Rolle der Bürgermedien in Bezug auf die (lokale) Identitätsbildung, konstatiert Johannes Schütz im Experteninterview.

455 RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

456 Ebenda.

„Für Südtirol würde ein Offener Kanal eine sehr große Bedeutung haben gerade aufgrund der historischen Situation von Südtirol oder den konkreten aktuellen Bedingungen mit mehreren Sprachgruppen, die dort miteinander leben. Ich denke, dass ein Offener Kanal wesentlich für die Bildung einer Identität für die Bevölkerung ist. Dass ein Offener Fernsehkanal, gerade durch Berichte, die von den Bürgern selbst kommen und ihre Probleme oder Gemeinschaftserfahrung darstellen, eine große Bedeutung zur Identitätsbildung für Südtiroler hat.“⁴⁵⁷

Schließlich könnte ein Offener Kanal, speziell in Südtirol, einen wichtigen Beitrag zum (medialen) „empowerment“ von Minderheiten beitragen. Besonders MigrantInnen, die in den Südtiroler Medien meist nur einseitig oder in einem negativen Kontext thematisiert werden, hätten durch den Offenen Kanal die Möglichkeit sich zu artikulieren. Demnach könnten sie nicht nur ihre Kultur, ihre Weltanschauung oder ihre (Alltags-)Probleme an eine lokale Öffentlichkeit bringen, sondern auch ihr meist negatives Image korrigieren, Stereotypen entgegenwirken und sich schließlich besser in die (recht geschlossene) Südtiroler Gesellschaft integrieren.⁴⁵⁸ Auch die deutsche „Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten“ (ALM) bestätigt, in ihrem Jahresbericht 2007, diese Funktion:

„Trotz begrenzter Sendezeit können kleine OK [Offene Kanäle, *Anm. d. Verf.*] gleichwohl von erheblicher Bedeutung für das lokale Gemeinschaftsleben sein und einen wichtigen Identifikations- und Integrationsfaktor in der Gemeinde darstellen (gerade in monopolisierten Medienlandschaften).“

Abschließend betrachtet würde, den Meinungen der ExpertInnen und den Einschätzungen der Europäischen Union folgend, ein Offener Fernsehkanal in einer ethnisch fragmentierten Gesellschaft wie in Südtirol, als „missing link“ zwischen den verschiedenen Sprachgruppen einen bedeutsamen Beitrag zum interkulturellen Dialog, zur Schaffung von Vertrauen und Verständnis und zum Abbau von Vorurteilen leisten. Eine derartige Plattform würde den Zugang zu Medien garantieren und wichtige Partizipations- und Artikulationsmöglichkeiten bieten. Ferner würde ein multikultureller und mehrsprachiger Offener Fernsehkanal dem ethnisch getrennten Mediensystem entgegenwirken und den Medien- und Meinungspluralismus stärken.

457 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

458 Vgl.: RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008]. Vgl.: dazu auch: GEPPL, Monika / KREUCH, Gerhard / LUDESCHER, Martin: Professionalität im „Offenen Kanal“. Okto – ein Widerspruch? Schriftenreihe des Forschungsbereiches Wirtschaft und Kultur, Nr.9. Wirtschaftsuniversität Wien, 2007. S.15; S.39. Online im WWW unter URL: http://epub.wu-wien.ac.at/dyn/virlib/wp/mediate/epub-wu-01_d23.pdf?ID=epub-wu-01_d23 [Format: PDF; Stand: 11.5.2008].

Schließlich könnten die jeweiligen Sprachkompetenzen verbessert und gegebenenfalls ein gemeinschaftliches, pluralistisches Identitätsverständnis gefördert werden. Dieser demokratische und gesellschaftliche Zugewinn würde eine große Chance für Südtirol darstellen!

In Kapitel 9 und 10 soll weiters untersucht werden, wie diese Funktionen in die Konzeption eines Offenen Kanals in Südtirol integriert und bestmöglich umgesetzt werden können.

8.2 Potenzielle Risiken für einen Offenen Kanal

Die Diskussion um Bürgermedien wird leider stets von angst- und vorurteilsgeprägten Widerständen überschattet, die es in der Folge etwas zu entkräften gilt. So werden sie des Öfteren „als Störsender wahrgenommen, vermutlich, weil sie etwas ‘neben der Spur’ sind, ‘anders’ sind, befremdlich, unberechenbar, fröhliche ‘Spielwiesen’ [...] auf denen Menschen sich mit ‘richtiger’, d.h. echter und teurer Rundfunktechnik ‘vergnügen’ [...] Sie werden als Störsender wahrgenommen, weil das Programm angeblich ‘Schlecht’ [*sic!*], ‘qualitativ wertlos’, ‘geschmacklos’, ‘dilettantisch’, kurz, weil sie wie Fernsehen oder Radio aussehen aber nicht wie richtiges Fernsehen bzw. Radio sind.“⁴⁵⁹ Eine der Hauptargumente ist – wie im Zitat von Bettina Wiengarn angedeutet – die mitunter **mangelnde Qualität** bzw. die teilweise „unprofessionelle“ Umsetzung der Sendungen.⁴⁶⁰ So stellte Schulte – allerdings vor mehr als 20 Jahren – in seiner Untersuchung über die Nutzerstruktur des Offenen Kanals Berlin heraus, dass 50% der ProduzentInnen des Offenen Kanals die Programme „eher schlecht“ oder „sehr schlecht“ fanden. Dies sei für 38% auf die schlechte technische Qualität und für 29% auf eine unprofessionelle Arbeitsweise zurückzuführen. 11% der RezipientInnen des Offenen Kanals Berlin hingegen störte die unprofessionelle Produktionsweise; insgesamt ist das Interesse an den Programmen des Offenen Kanals von 45% (1984) auf 37% im Jahre 1987 gesunken.⁴⁶¹ Ein zentrales Problem bei der Programmqualität

459 WIENGARN, Bettina: Bürgerbeteiligung in den Medien. Rede anlässlich der Preisverleihung zu „Bürgermedien und Internet“. 2002. S.10. Online im WWW unter URL: http://www.bok.de/doku/vortrag_wiengarn.pdf [Format: PDF; Stand: 8.7.2008].

460 So ist kritisiert auch Georg Plattner, Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol, im Experteninterview die schlechte Qualität im Offenen Kanal. „Ich glaube, dass man heutzutage, um ein ansprechendes Programm zu produzieren, ein halbwegs professionelles Material zu Verfügung stellen muss, man ist ja von den Satellitenprogrammen so verwöhnt. Ich kann mir nicht vorstellen, dass es sich Leute lange ansehen, wenn einer seinen Urlaubsfilm zeigt. Und wenn die Bilder verwackelt sind und von schlechter Qualität, dann ist es sowieso aus.“ PLATTNER, Georg: Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS). Interview am 30.10.2008 in Bozen.

461 Vgl.: SCHULTE, H.J.: Untersuchung und Analyse der Nutzerstruktur des Offenen Kanals Berlin. 1989. IN: WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Der offene

ist, dass sich der Zuschauer schon so sehr an den Qualitätsstandards des professionellen Fernsehens und an die Hochglanzästhetik Hollywoods gewöhnt hat, dass ein entsprechendes technisches Niveau auch von den Programmen des Offenen Kanals erwartet wird. Die technische Qualität wird stets als Maßstab herangezogen, jedoch ohne Berücksichtigung der unterschiedlichen Produktionsbedingungen, finanziellen Voraussetzungen und der wesentlichen Tatsache, dass im Offenen Kanal Laien und keine professionellen JournalistInnen die Programme machen. Außerdem muss dringend ins Bewusstsein der Menschen gerückt werden, dass im Offenen Kanal primär andere Kompetenzen vermittelt werden sollten, nämlich die im Entstehungsprozess erlernten persönlichen-, sozialen- und medienpädagogischen Fähigkeiten. Im Offenen Kanal geht es ferner darum, authentische, subjektive Bilder, Meinungen und Botschaften an eine lokale Öffentlichkeit zu vermitteln und nicht darum eine möglichst hohe Zuschauerquote zu erreichen oder möglichst viele Werbekunden zufriedenzustellen. Um diese Divergenzen zwischen Bürgermedien und den etablierten Medien zu beschreiben, verwendet der Bürgermedienexperte Ulrich Kamp folgenden, passenden Vergleich:

„Das Programm Offener Kanäle mag im direkten Vergleich mit öffentlich-rechtlichen oder kommerziellen Fernseh- oder Hörfunk-Programmen nicht immer gut abschneiden, insbesondere was den technischen Standard angeht. Aber wenn in den Programmen der kommerziellen Veranstalter die Bilder nicht wackeln und die Stimmen nicht zittern, vielleicht wackeln ja die Inhalte, wenn es sie denn gibt. Die Programme Offener Kanäle zu vergleichen mit Sendungen aus dem großen Fernsehen, das ist etwa so, als wenn man Kreisklassen-Fußball am Bundesligastandard misst oder die Bildungsergebnisse von Volkshochschulen mit denen von Elite-Universitäten oder, ganz anders, die authentischen Äußerungen von Bürgern mit den taktischen Verlautbarungen von Funktionsträgern.“⁴⁶²

Die große Herausforderung um diese Kritik abzuschwächen, besteht sicherlich in der kontinuierlichen Aufklärung und Information der Bevölkerung über die Merkmale, Funktionen und Besonderheiten von Bürgermedien, sowie deren Unterschiede zu den herkömmlichen Medien. Auf die Antwort, ob man die Sehgewohnheiten der Zuschauer ändern kann, stellt Jürgen Linke folgendes fest:

„Das ist sicherlich sehr schwierig, weil wir sind ja alle konditioniert durch das professionelle Fernsehen. Wenn der Nachbar Fernsehen macht dann ist das anders: unprofessionell. Und die Leute wundern sich sehr schnell und sagen: Was ist denn das?

Kanal in Deutschland: Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 1992. S.185. Hier sei lediglich nochmals darauf hingewiesen, dass diese Ergebnisse mit Vorsicht zu betrachten sind, da die Untersuchung bereits vor geraumer Zeit entstanden ist und sich inzwischen vieles verändert bzw. weiterentwickelt hat.

462 KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.5.

Wobei das durchaus eine Stärke des Offenen Kanals sein kann. Wenn die Besonderheit zu erkennen ist, erweckt sie häufig auch Neugierde. Das man dann sagt: Ja was ist das? Kann ich das auch machen? Meine Erfahrung ist, man muss es immer wieder erklären, erklären, erklären! Und man muss es versuchen über den Sender auch zu transportieren. Man muss durch entsprechende Information klar machen: wir sind anders!⁴⁶³

Abschließend soll hier lediglich nochmals festgestellt werden, dass Bürgermedien andere Prioritäten bzw. andere Ziele haben und sich demnach nicht eins zu eins mit den „professionellen“ Medien messen lassen. Für Bürgermedien sind Aspekte wie Inhalt, Botschaft, Authentizität und vor allem der enorme und vielschichtige Zugewinn im Rahmen der Arbeit im Offenen Kanal vorrangig. Dies sollte den RezipientInnen stets bewusst sein. Nichtsdestotrotz wäre es nicht hinderlich, wenn sich auch Bürgermedien darum bemühen würden, ihre Programmqualität zu steigern und journalistische Mindeststandards einzuhalten. Dennoch soll auch weiterhin die Programmqualität *nicht* die Hauptrolle spielen.

Einer der gravierendsten Trugschlüsse ist die Annahme, dass Bürgermedien – aufgrund ihres diskriminierungsfreien Zugangs und der nicht vorhandenen Zensur – einen **rechtsfreien Raum** darstellen. Die typische Angst vor Missbrauch durch mangelnde Kontrolle widerspiegelt sich auch in der Stellungnahme des Südtiroler Extrembergsteigers und Politikers der Grünen Reinhold Messner: „[...] so sehr ich für Medienvielfalt bin, so skeptisch sehe ich die „Müllinfos“, die überall dort zirkulieren, wo die Verantwortung fehlt.“⁴⁶⁴ Hier muss klar hervorgehoben werden, dass Bürgermedien weder ein rechtsfreier Raum sind, noch fehlt es ihnen an Kontrolle und Verantwortung. Es gelten die jeweiligen Gesetze des Landes! NutzerInnen, die rassistische, rechtsextreme, pornographische etc. Sendungen produzieren, werden selbstverständlich zur Verantwortung gezogen und diese aus dem Programm genommen. Derartiger Missbrauch kommt jedoch – im Gegensatz zur allgemeinen Meinung – äußerst selten vor. Dies kann Jürgen Linke, aus seiner langjährigen Tätigkeit als Leiter des Offenen Kanals Berlin, bestätigen.

„Wenn man das hört, [dass Offene Kanäle zensurfrei sind und dass keinerlei Vorkontrolle stattfindet, *Anm. d. Verf.*] denkt man: Oje, jeden Tag passieren furchtbare Sachen! Aber in den über 20 Jahren bei den Offenen Kanälen in Deutschland kann man sagen, dass Rechtsverstöße die absolute Ausnahme sind. Das kommt wirklich sehr selten vor. Bei dieser Gelegenheit muss man natürlich auch betonen, dass Offene

463 LINKE, Jürgen: Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

464 MESSNER, Reinhold: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 14.10.2008.

Kanäle kein rechtsfreier Raum sind. Die Gesetze des jeweiligen Landes müssen natürlich genauso beachtet werden wie überall.⁴⁶⁵ Auch die Angst vor politischem **Missbrauch** oder allgemein vor zu hohem politischen Einfluss, ist meist unberechtigt. Denn in den meisten Bürgermedien sind politische Parteien – neben gesetzliche VertreterInnen, Bedienstete von Rundfunkanstalten, sowie staatliche oder kommunale Behörden – laut Satzung ausdrücklich nicht nutzungsberechtigt.⁴⁶⁶ Die Befürchtung, dass in Offenen Kanälen mehrheitlich politische Sendungen entstehen, ist empirisch nicht nachgewiesen. So benennt der Psychologieprofessor und Bürgermedienexperte Peter Winterhoff Spurk, auf der Basis einer Programmanalyse, den Anteil von Politiksendungen in den untersuchten Bürgermedien lediglich auf ca. 5-10 %. Ferner fand er heraus, dass politische Gruppierungen den Offenen Kanal kaum für ihre jeweiligen Ziele nutzen. Sein Ergebnis, für die untersuchte Aufbauphase, lautet, dass der Offene Kanal eher als ein unpolitisches Medium bewertet werden kann.⁴⁶⁷ Analog dazu ermittelte Stephan Tiersch, der in seiner Dissertation eine empirische Analyse über Offene Kanäle in Rheinland-Pfalz durchführte, dass lediglich in 124 von 1544 Einzelbeiträgen politische Themen angesprochen wurden. In fast 86% aller Beiträge (Magazinbeiträge und Einthemensendungen) kommt kein Politiker vor. Seine Bilanz lautet, dass insgesamt die Häufigkeit und Intensität, mit der in Programmen des Offenen Kanals politische Absichten verfolgt werden, als ausgesprochen gering gelten.⁴⁶⁸

Schließlich sehen sich auch MigrantInnen dem Vorwurf des (politischen) Missbrauchs und der Propaganda gegenüber, da sie in vielen Bürgermedien – besonders in multikulturellen Großstädten – fremdsprachige Programme produzieren. Zu Missverständnissen kann es oft aufgrund der meist nicht vorhandenen Übersetzung bzw. Untertitelung kommen, da die RezipientInnen einerseits nichts über den Inhalt der Sendung erfahren und dabei alles mögliche hineininterpretieren; andererseits herrscht meist Unverständnis in Bezug auf rein fremdsprachigen Sendungen. Dabei ist dieser Verdacht meist weder legitim noch belegbar. Dazu stellt der ehemalige Beauftragte des

465 LINKE, Jürgen: Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

466 Vgl.: SCHÜTZ, Johannes: Offene Kanäle in Deutschland. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.38-54.

467 Vgl.: WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Der offene Kanal in Deutschland: Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 1992. S.144.

468 Vgl.: TIERSCH, Stephan: Bürgerfernsehen. Eine Untersuchung der Offenen Kanäle in Rheinland-Pfalz unter besonderer Berücksichtigung ihres Verhältnisses zur politischen Kultur. Dissertation, Univ. Trier, 2003. S.289-300.

Offenen Kanals Hamburg, Leonhard Hansen, folgendes fest:

„Man unterstellt diesen Menschen, das sie eine größere Bereitschaft zum Missbrauch des Offenen Kanals haben. Aber dafür gibt es – empirisch gesehen – keinerlei Belege. All die Sendungen, die bisher aus Verdachtsgründen übersetzt wurden, haben dafür keinen Beweis geliefert. Wenn ich mir zum Beispiel die Sendungen der Afghanen hier anschau: [...] da gibt es Bilder aus der Heimat, Kultur und Musik. [...] Für solche Gruppen haben diese Programme eine sehr starke, identitätsbildende Funktion.“⁴⁶⁹

Die gesetzlichen Grundlagen der einzelnen (Bundes-)Länder, die Satzungen der jeweiligen Bürgermedien und die jahrzehntelangen positiven Erfahrungen in etlichen Staaten haben gezeigt, dass die Angst vor Missbrauch bzw. vor zu geringer Kontrolle und Verantwortung seitens des Offenen Kanals, großteils unbegründet und empirisch nicht beweisbar ist.

Als letzter Hauptkritikpunkt sei hier schließlich noch die meist **geringe Bekanntheit** und die **niedrigen Einschaltquoten**⁴⁷⁰ von Bürgermedien genannt. Von manchen KritikerInnen werden Offene Kanäle sogar als Fernsehen ohne Zuschauer oder mit der zynischen Formulierung „Jeder kann senden, keiner schaut zu!“⁴⁷¹ diskreditiert. Doch nach dem Sozial- und Medienforscher Arthur Fischer, der sich auf die Studie von Angelika Jaenicke und Michael Fingerling bezieht, ist der Bekanntheitsgrad Offener Kanäle gut. Demnach ist 60 – 70 % der BürgerInnen „ihr“ Offener Kanal geläufig. Empirische Daten aus Bremen belegen, dass dort sogar 70 – 90 % der Befragten ihren örtlichen Offenen Kanal kennen. Circa 50 % der Befragten schauen mehrmals im Monat bis täglich, während die andere Hälfte „eher seltener“ die Programme des Offenen Kanals rezipieren. Vergleichbare empirische Daten aus Untersuchungen in Bremen und Niedersachsen weisen ähnliche Ergebnisse in puncto Bekanntheit und Nutzung auf. Auch die obengenannte Kritik bezüglich der mangelnden technischen Qualität der Programme im Offenen Kanal werden, laut Fischer, von den Zuschauern nicht unbedingt als störend empfunden. Vielmehr gewinnen derartige Beiträge an Authentizität und Charakter, deshalb haben die RezipientInnen auch ein hohes

469 HANSEN, Leonhard. Hier zitiert nach: STUDTHOFF, Alex: Mullah-TV? Fremdsprachige Programme in Offenen Kanälen. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.153.

470 In der Analyse von Winterhoff-Spurks et.al. kommen die Autoren zu dem Fazit, dass 40-50 % der Kabelteilnehmer die Programme des Offenen Kanals noch nie rezipiert haben. Die Stammseher machen lediglich 1-2% aus. Insgesamt ist der Offene Kanal bei großen Teilen der Bevölkerung nicht bekannt. Vgl.: WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Offene Kanäle nach der Aufbauphase. Bilanz bisheriger Begleitforschung. IN: Media Perspektiven Nr.7, 1993. S.337f.

471 STUDTHOFF, Alex: Die Offenen Kanäle und ihre Zuschauer IN: KAMP, Ulrich; STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.120.

Vertrauen gegenüber den Informationen des Offenen Kanals. Fischer kommt zu dem Schluss, dass Bürgermedien allgemein in ihren Verbreitungsgebieten gut bekannt sind, dass sie von den Zuschauern wahrgenommen und dass ihre Funktionen weitgehend positiv bewertet werden können.⁴⁷²

Bezüglich der Zuschauerquote können aufgrund unzureichender Erhebungen und aufgrund der Unvergleichbarkeit mit anderen Fernsehprogrammen nur begrenzt Rückschlüsse gezogen werden. Einzig die Quote des Offenen Kanals Haßloch (Rheinland-Pfalz), die von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erhoben wird, belegt die Zuschauerzahl von 0 – 11 %. Die Zuschauerquote und der Bekanntheitsgrad der Offenen Kanäle sind – laut der Nutzungs- und Reichweitenanalyse der niedersächsischen Bürgermedien des EMNID-Instituts – allgemein mit den Spartensendern Phoenix, ARTE, Euronews oder Onyx vergleichbar. Die Resonanz beim Publikum ist im bundesweiten Vergleich respektabel. Die Untersuchung attestiert den Bürgermedien eine große Sympathie und ein allgemein zufriedenstellendes Gesamturteil. Die schlechte Qualität der Programme als Hauptkritikpunkt, wird von der positiven Bewertung der Themen (als Alternative zu den herkömmlichen Medien), des inhaltlichen Niveaus, der Artikulations- und Partizipationsfunktion, der publizistischen Ergänzung und des allgemeinen (politischen-, sozialen- und kulturellen) Engagements dieser Sender ausgeglichen.⁴⁷³

Die meisten VerfechterInnen der Bürgermedien lehnen eine bloße Orientierung an die Quote ab, da sie völlig andere Funktionen erfüllen und mit den herkömmlichen Medien aufgrund der unterschiedlichen Konzeption, Arbeitsweise, Reichweite, Finanzierung etc. nicht vergleichbar sind. Bürgermedien lediglich auf diesen Aspekt zu reduzieren würde nicht nur gegen ihre Grundprinzipien verstoßen, sondern ihren anerkannten und nachgewiesenen gesellschaftlichen-, sozialen-, (inter-)kulturellen-, persönlichen- und medienpädagogischen Werten niemals gerecht werden.

472 Vgl.: FISCHER, Arthur: Die Offenen Kanäle und ihre Zuschauer. IN: KAMP, Ulrich; STUDDT-HOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.120f.

473 Vgl.: EMNID-INSTITUT: Die niedersächsischen Bürgermedien und ihr Publikum. Eine Nutzungs- und Reichweitenanalyse des EMNID-Instituts. Schriftenreihe der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM), Band 11. Berlin: Vistas, 2001. S.47-57 ; S.50-57. ; S.65ff.

9. KONZEPT FÜR EINEN OFFENEN KANAL IN SÜDTIROL

Während dem/der LeserIn auf den letzten Seiten ein kleiner Einblick in die Südtiroler Gesellschaft und deren Mediensituation gegeben wurde, die Frage nach der Wichtigkeit Offener Kanäle, besonders in einem Gebiet wie Südtirol, beantwortet und auf potenzielle Gefahren hingewiesen wurde, soll nun das Konzept des Offenen Kanals in Südtirols vorgestellt werden. Vorwegzunehmen ist dabei, dass es sich in den letzten beiden Kapiteln nicht um eine Machbarkeitsstudie oder „feasibility-study“ handelt, da ein derartiges Unterfangen das Volumen dieser Diplomarbeit völlig sprengen würde. Hier sollen lediglich die wesentlichen Grundsätze, Merkmale, Funktionen und mögliche Programme bzw. Sendungen des Offenen Kanals Südtirol thematisiert werden. Um die vielfältigen Funktionen Offener Kanäle bestmöglich auszuschöpfen und die Arbeit im Bürgerfernsehen so effizient wie möglich zu gestalten, müssen bereits in der Planungsphase nicht nur die lokalen Besonderheiten berücksichtigt werden, sondern relevante Entscheidungen bezüglich der Ausrichtung des Offenen Kanals getätigt werden. Anders formuliert: Es muss geklärt werden, wie ein Offener Kanal in Südtirol konzipiert, welche (Haupt-)Aufgaben er übernehmen und welche Merkmale er aufweisen soll. Nicht zuletzt soll in diesem Kapitel auch darüber Rechnung getragen werden, welche Programme von Interesse bzw. möglich sind und welche Kooperationen angedacht werden können.

9.1 Leitlinien und Grundsätze

Ein Offener Kanal in Südtirol sollte – nach Ansicht des Verfassers – auf Basis folgender **Grundsätze** konzipiert sein:⁴⁷⁴

1) Der Offene Kanal Südtirol würde jegliche Form von Rassismus, Faschismus, Antisemitismus, Sexismus, Gewalt, Diskriminierung, Intoleranz, Unterdrückung und Ausbeutung verurteilen und sich für eine offene, multikulturelle, partizipative und demokratische Gesellschaft engagieren.

474 Die Grundsätze und Grundgedanken des Offenen Kanals Südtirol wurden auf Basis der Leitlinien des Wiener Universitätsfernsehens „UTV“ und des Berichts der EU-Parlamentarierin Karin Resetarits zusammengestellt.

Vgl.: UTV. Universitätsfernsehen Wien: Grundsätze und Impressum. Online im WWW unter URL: <http://www.utv.at/utv/index.php> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008]. Vgl. dazu auch: RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

2) Der Offene Kanal Südtirol würde **Information als Menschenrecht** erachten und sich demnach grundsätzlich dem Art. 19 der UN- Menschenrechtscharta und dem Art. 21 der italienischen Konstitution⁴⁷⁵ verpflichtet fühlen.

„JedeR hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schliesst die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.“⁴⁷⁶

3) Der Offene Kanal Südtirol würde sich in besonderer Weise für **Meinungsfreiheit, Meinungsvielfalt und Medienpluralismus** einsetzen. Er würde sich als offene, unabhängige, multikulturelle und interethnische Plattform für alle SüdtirolerInnen definieren. Er würde die Südtiroler Medienlandschaft bereichern und so der hohen Medienkonzentration, sowie dem mangelnden Medien- und Meinungspluralismus entgegenwirken.

4) Der Offene Kanal Südtirol würde eine in Südtirol bzw. in ganz Italien einzigartige unabhängige, alternative und bürgernahe Möglichkeit zur medialen **Partizipation und Artikulation** bieten. Der Sender würde die kommunikative Chancengleichheit besonders für vernachlässigte Gruppen fördern und alle zur aktiven Teilnahme am gesellschaftlichen Diskurs anregen.

5) Der Offene Kanal Südtirol könnte, besonders in Südtirol, als bedeutsames multikulturelles und mehrsprachiges Projekt, **als Orte der Kommunikation und Begegnung** zwischen zwei getrennten Sprachgruppen, **als Ort der Kultur und Bildung** fungieren. Des Weiteren könnte er wichtige **Integrationsarbeit** leisten, die **kommunikative Qualifizierung** und **persönliche, wie soziale Kompetenzen** fördern, **politische Bildungsarbeit** verrichten und den öffentlichen Diskurs, sowie den **politischen, kulturellen und sozialen Nahraum** beleben.

6) Der Offene Kanal Südtirol würde zudem ein wirksames Mittel zur **kulturellen und sprachlichen Vielfalt** darstellen und die verschiedenen **lokalen Identitäten** stärken. Der Offene Kanal Südtirol würde das **Herstellen von Öffentlichkeit und Bewusstsein**

475 Costituzione della Repubblica Italiana. 1. Abschnitt, Teil 1, Art. 21. 1947. Online im WWW unter URL: <http://www.quirinale.it/costituzione/costituzione.htm> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008].

476 Allgemeine Erklärung der Menschenrechte. Resolution 217 A (III) der Generalversammlung der Vereinten Nationen. Artikel 19. 1948. Online im WWW unter URL: <http://www.unhchr.ch/udhr/lang/ger.htm> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008].

für vernachlässigte Themen unterstützen, die von den konventionellen (öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen) Medien ausgeklammert werden.

7) Der Offene Kanal Südtirol würde sich als **kritisches, unzensiertes, unabhängiges, subjektives, authentisches und lebensnahes Fernsehen von BürgerInnen für BürgerInnen** definieren. Der Sender würde eine Alternative zu privat-kommerziellen Medien darstellen, die ausschließlich dem Diktat des Marktes unterworfen sind und als pluralistische Medieninitiative der Meinungs- und Medieneinfalt der Provinz Bozen-Südtirol entgegenwirken.

8) Der Offene Kanal Südtirol würde wichtige **medienpädagogische Funktionen** übernehmen und als bisher einzige Bildungsinstitution Südtirols im audiovisuellen Bereich praxisorientierte **Aus- und Fortbildungsprogramme** für Medienberufe anbieten.

9.2 Merkmale

Der Offene Kanal in Südtirol sollte allgemein folgende „klassische“ Kriterien verfolgen: diskriminierungsfreier Zugang, Gemeinnützigkeit, Werbefreiheit, Nicht-Kommerzialität, Lokalbezogenheit, Transparenz, Partizipation, (politische, finanzielle) Unabhängigkeit, kostenlose Bereitstellung von Produktionsmitteln und Senderinfrastruktur, sowie professionelle Hilfestellung durch so genannte Kommunikationsassistenten zur Herstellung von eigenverantwortlichen und selbstbestimmten Produktionen seitens der BürgerInnen, ohne redaktionellen Eingreifens (Zensur), doch unter Einhaltung allgemeiner gesetzlicher Bestimmungen.⁴⁷⁷

Die wichtigsten Merkmale sollen in der Folge im Einzelnen und vor dem Hintergrund der speziellen Bedingungen in Südtirol begutachtet werden.

477 Vgl.: LAUFF, Werner: Offene Kanäle – Ein Zukunftsmodell. Rede anlässlich der „Tagung Bürgermedien“ der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und des Landesverbandes Offener Kanäle Sachsen-Anhalt e.V. Magdeburg, 2007. Online im WWW unter URL: <http://lauff.org/r190207.html> [Format: PDF; Stand: 4.7.2008]. Vgl. dazu auch: RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008]. Vgl. dazu auch: ARBEITERKREIS OFFENE KANÄLE / BÜRGERMEDIEN (AKOK): Positionspapier des Arbeitskreises Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM): Medienkompetenz und Bürgermedien. 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.bürgerrundfunk.de> [Format: HTML; Stand: 10.4.2008].

- **Prozessorientierung**

Der Offene Fernsehkanal in Südtirol sollte, ganz in der Tradition der meisten klassischen Offenen Kanäle in Deutschland, prozessorientiert ausgerichtet sein und die Vermittlung von Medienkompetenz als eines ihrer Hauptziele anstreben. Diese medienpädagogische Ausrichtung dient nicht nur als gesellschaftliche Legitimation, ermöglicht vielseitige Kooperationen mit Bildungsinstitutionen und erhöht die Chancen auf öffentliche Förderung, sondern sie ist in der heutigen Mediengesellschaft von immer größerer Bedeutung. Es herrscht allgemeiner Konsens darüber, dass die Vermittlung von Sach-, Rezeptions- und Partizipationskompetenzen zu einer wichtigen Qualifikation geworden ist, um die zahlreichen Herausforderungen unserer Informations- und Mediengesellschaft leichter bewältigen zu können. Den NutzerInnen wird im Offenen Kanal u.a. ein kritischer und selbstbestimmter Umgang mit Medien und das eigenverantwortliche Produzieren von audiovisuellen Beiträgen gelernt. Auch der „Arbeitskreis Offene Kanäle Österreich“ definierte die Vermittlung von Medienkompetenz als eines der primären Ziele Offener Kanäle. Zudem ist eine hohe „*media literacy*“ für den Standort Südtirol von großer Bedeutung, um einerseits auch im Bereich Medien international wettbewerbsfähig zu sein und andererseits der zunehmenden Wissenskluft („*digital gap*“) entgegenzuwirken.⁴⁷⁸ Im Experteninterview betont Schütz in diesem Kontext folgendes:

„Was die primären Ziele des Offenen Kanals betreffen, haben wir vom Arbeitskreis Offener Kanäle Österreich immer zwei ganz besonders wichtige Funktionen definiert. Das eine war die Vermittlung von Medienkompetenz. Gerade aufgrund der Veränderungen in der Medienlandschaft wird es weiter ein ganz zentrales Ziel von klassischen Offenen Fernsehkanälen sein, die auch Förderungen erhalten. Es ist für ein Land dann auch wichtig, dass Medienkompetenz gefördert wird. Im Hinblick auf die Zukunftsindustrie Medien, ein Standortvorteil im Hinblick auf den Wettbewerb, um die Konkurrenzfähigkeit zu erhalten.“⁴⁷⁹

Der Offene Kanal sollte also auch nach Meinung des Bürgermedienexperten Schütz prozessorientiert ausgerichtet sein. So kann der Sender schließlich nicht nur Medienkompetenzen fördern, sondern auch als Aus- und Fortbildungsstätte für Medienberufe fungieren. Als Bildungsinstitution hätte der Offene Kanal Südtirol

478 Vgl.: ARBEITERKREIS OFFENE KANÄLE / BÜRGERMEDIEN (AKOK): Positionspapier des Arbeitskreises Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM): Medienkompetenz und Bürgermedien. 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.bürgerrundfunk.de> [Format: HTML; Stand: 10.4.2008].

479 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeitskreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

erfolgreichere Aussichten, nicht nur von der Politik und den zuständigen Ämtern eine höhere Zustimmung, sondern eben auch die notwendigen Förderungen zu erhalten.

- **Hoher Grad an Zugangsoffenheit**

Ein wesentlicher Garant zur Sicherstellung der demokratischen Funktionen Offener Kanäle und zur Förderung eines multikulturellen und mehrsprachigen Bürgermediums, ist ein möglichst offener und diskriminierungsfreier Zugang. Ein hoher Grad an Zugangsoffenheit ist nicht nur bedeutsam in Bezug auf eine hohe Beteiligung seitens möglichst vieler Bevölkerungsschichten, sondern sie verhindert die Bevorzugung oder Diskriminierung von bestimmten Personen oder Gruppen. Eine hohe Zugangsoffenheit ist vor allem im Hinblick auf die (Brücken-)Funktion zwischen den verschiedenen Sprachgruppen Südtirols und als Initiative zur Förderung des interkulturellen Dialogs zu berücksichtigen. Ferner sollte die Nutzung des Offenen Kanals nicht nur für Personen ausschließlich aus dem lokalen Verbreitungsgebiet (innerhalb Südtirol) erlaubt werden: so könnte ein grenzüberschreitendes Bürgermedienprojekt zwischen Nord-, Ost- und Südtirol, sowie mit der Nachbarprovinz Trient, angedacht werden. Ein derartiger internationaler Offener Kanal würde nicht nur dem Geiste eines gemeinsamen und vielfältigen Europa entsprechen, sondern er könnte sich positiv auf das Zusammenleben, die Kommunikation und Information, sowie die Beziehungen zwischen den unterschiedlichen Regionen auswirken. Außerdem würde diese Initiative wahrscheinlich von der Europäischen Union finanziell unterstützt werden, da sie international ausgerichtet wäre und der Idee der Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino korrespondieren würde. Schließlich sollte der Offene Kanal in Südtirol die kommunikative Chancengleichheit von Personen oder Gruppen, die von den herkömmlichen Massenmedien vernachlässigt, benachteiligt oder ganz ausgeschlossen sind, ermöglichen. Vor allem in einem Gebiet, in dem es ohnehin schon sehr begrenzte Möglichkeiten zur medialen Kommunikation gibt und MigrantInnen großteils ausgegrenzt werden, sollte ihnen der Offene Kanal als offene Plattform die Möglichkeit bieten sich zu artikulieren und aktiv an wichtigen Diskussionen teilzunehmen.

- **Partizipation**

Die Aktivierung der Rezipienten sollte konsequent, aktiv und großflächig gefördert werden. Dabei sind kreative, informative und breit angesetzte Kampagnen nötig. Wie bereits betont, ist die Information und Aufklärung über die (Beteiligungs-) Möglichkeiten von Bürgermedien essentiell, um die BürgerInnen überhaupt auf den Offenen Kanal aufmerksam zu machen. So sollte zum einen *im* Offenen Kanal Eigenwerbung geschaltet und zur aktiven Mitarbeit aufgerufen werden und zum anderen müssten möglichst viele Organisationen, Gruppen, Institutionen und (lokale) Medien zur Verbreitung und Bekanntmachung dieser Plattform in Südtirol beitragen. Neben klassischer Werbestrategien, sollte auch das Internet zur Information und Kundmachung des Offenen Kanals genutzt werden.

Ferner sollten möglichst viele BürgerInnen und vor allem so genannte Multiplikatoren⁴⁸⁰ die Idee und die Vorteile des Offenen Kanals durch Mundpropaganda verbreiten. Dieser Weg ist, besonders in einem kleinen, ländlichen Gebiet, wo Jeder Jeden kennt, ein probates, schnelles, effizientes und vor allem kostenloses Mittel zur Verbreitung dieses Projektes.

- **Ordnungsprinzip und Rezipientenorientierung**

Prinzipiell soll am so genannten „Prinzip der Schlange“ als wahrscheinlich gerechtestes Ordnungsprinzip, festgehalten werden. Dennoch soll explizit keine starre, „dogmatische“ Strukturierungsordnung vorherrschen. So muss auch Raum für aktuelle Themenabende vorgesehen, eventuelle Programmschienen erstellt und um eine kontinuierliche, sich weiterentwickelnde Zusammenarbeit zu fördern, eine bestimmte Anzahl an fixen Sendeplätzen sichergestellt werden. Ein allgemeiner, diskriminierungsfreier Zugang, sowie die Gleichbehandlung aller NutzerInnen sollte auf jeden Fall oberster Priorität haben.

480, „Als Multiplikator bezeichnet man [...] eine Person (einen Akteur), die auf Grund ihrer Positionen in der Öffentlichkeit (z.B. Populärwissenschaftler, Intellektueller, Journalist, Lehrer, Pfarrer, Politiker) und ihrer Fähigkeiten im Zuge ihrer beruflichen Tätigkeit, durch Informations- und Meinungsübermittlung in sozialen Netzwerken oder durch Gespräche die Verbreitung ('Multiplizierung') bestimmter Wertvorstellungen, Meinungen, Kenntnisse und Verhaltensmöglichkeiten in der öffentlichen Meinung nachhaltig fördert (siehe auch: Meinungsbildung).“ WIKIPEDIA: Multiplikator. Online im WWW unter URL: [http://de.wikipedia.org/wiki/Multiplikator_\(Werbung\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Multiplikator_(Werbung)) [Format: HTML; Stand: 29.1.2009].

Die Rezipientenorientierung ist zwar nicht unwesentlich, da auch Offene Kanäle prinzipiell Zuschauer benötigen, dennoch sollte sie nur eine untergeordnete Rolle spielen. Das Programm des Offenen Kanals sollte zwar idealerweise den Sehgewohnheiten und Interessen der Rezipienten entsprechen (mit thematisch ähnlichen Programmen und teilweise festen Sendeplätzen, um die ZuschauerInnen zu binden, ihnen Orientierung zu geben und eine zu hohe Programmheterogenität zu vermeiden) und dementsprechend strukturiert sein, doch nicht auf Kosten der Zugangsoffenheit. Jürgen Linke verweist in diesem Zusammenhang auf den viel beschworenen „goldenen Mittelweg“.

„Ich glaube die Rezipientenorientiertheit geht teilweise von falschen Voraussetzungen aus. Also man nimmt an, wir in Berlin haben das auch so gemacht, dass wenn man thematische Sendeschienen bildet, doppelt soviele Leute zugucken als vorher. Ich bin da sehr skeptisch. Wichtig ist, dass man in den Offenen Kanälen eine intensive Öffentlichkeitsarbeit betreibt, um über das Programm zu informieren und man muss auch den Programmmachern Unterstützung anbieten in ihren Zielgruppen auf ihre Sendung hinzuweisen. Ich glaube, das ist viel effizienter als künstlich gemachte thematische Sendeschienen. Wichtig ist aber, den Zugang offen zu halten. Man kann ja beides machen: man kann gewisse Struktur bieten, aber vielleicht nicht so streng, dass eine thematische Sendeschiene leer bleibt und auf andere die Leute lange darauf warten. Also da eine vernünftige Mischung zu finden und immer ein Fenster offen zu halten für den freien Zugang, glaube ich, ist die richtige Kombination.“⁴⁸¹

Für die Verantwortlichen des Offenen Kanals ist es sicherlich keine leichte Aufgabe diesen schwierigen Balanceakt zwischen Rezipientenorientierung und einer möglichst hohen Zugangsoffenheit zu bewerkstelligen. Dennoch sollte die allgemeine Zugangsoffenheit, sowie ein flexibles, „nützerfreundliches“ und möglichst gerechtes Ordnungsprinzip im Gegensatz zu einer „durchgestylten“ Programmstrukturierung, oberste Maxime des Offenen Kanals sein.

● **Multikulturalität und Multilingualität**

Eines der wichtigsten Merkmale des Offenen Kanals in Südtirol ist seine multi- bzw. interkulturelle Ausrichtung, sowie seine Zwei- bzw. Mehrsprachigkeit. Durch diese in Südtirol einzigartige offene Plattform sollten nicht nur die verschiedenen Sprachgruppen des Landes, sowie die meist vernachlässigten und großteils schlecht integrierten MigrantInnen die Möglichkeit bekommen am medialen Diskurs teilzunehmen, sondern gleichfalls zum interkulturellen Dialog, sowie zum

481 LINKE, Jürgen: Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

gemeinschaftlichen Arbeiten animiert werden. Dieses miteinander-kommunizieren und interagieren kann sowohl zum Abbau von Stereotypen und Vorurteilen führen, als auch zum gegenseitigen Verständnis und allgemein zu einem besseren Zusammenleben beitragen.⁴⁸² Im Experteninterview unterstreicht Schütz besonders die Wichtigkeit einer sprach- und ethnienübergreifenden Arbeit im Offenen Kanal.

„Eine wichtige Funktion für einen Offenen Fernsehkanal oder ein Community-Fernsehen ist Verbindungen herzustellen zwischen den sprachlichen Ethnien, die es in Südtirol gibt. Es muss nicht unbedingt in der Konzeption des Offenen Fernsehkanals festgelegt sein, entscheidend ist gewisse Projekte anzusetzen, die die Gruppen zusammenführt. Es ist immer schwierig, auch in Deutschland, wo zahlreiche kleine sprachliche Communities Fernsehprogramme machen, von einem multikulturellen zu einem interkulturellen Fernsehenprogramm überzugehen. Wo tatsächlich die Sprachgruppen miteinander in Berührung, in Verbindung kommen.“⁴⁸³

Dass der Offenen Kanal nicht nur eine multikulturelle Institution bleibt, sondern dass der Sender zu einer *interkulturellen* Einrichtung wird, in der Menschen unterschiedlichster Herkunft, Sprache etc. miteinander arbeiten, wird wohl eine der zentralsten Herausforderungen des Offenen Kanals sein. Das interkulturelle Arbeiten kann bzw. soll jedoch nicht von den Verantwortlichen des Offenen Kanals („von oben“) forciert werden, sondern hängt zum einen von einer umfassenden Information und Aktivierung *aller* drei Sprachgruppen ab. Ebenfalls sollten in der Frage der Personalbesetzung aller Sprachgruppen gleichermaßen vertreten sein. Zum anderen spielt die ideologische Einstellung des Offenen Kanals und ihrer MitarbeiterInnen ebenfalls eine wichtige Rolle. Dabei müssen diese Werte und Überzeugungen (welche weiter oben als Grundsätze angeführt worden sind) nicht nur nach außen getragen, sondern vor allem im täglichen Umgang miteinander (vor-)gelebt werden.

„Ich glaube am wesentlichsten ist sicherlich, um erfolgreich zu sein, [...] wer das macht, mit welcher Einstellung und Mentalität, welcher Geist dahinter steht. Offenheit hat im Offenen Kanal eine große Bedeutung. Es bedeutet, dass die Menschen wirklich kommen sollen, dass da eine offene Tür ist und dass man auch auf die Leute aktiv zugeht, sie motiviert etwas miteinander zu machen. Entscheidend ist auch wer die Kommunikationsassistenten sind, wer dort die Betreuer sind und wie die mit den Menschen arbeiten.“⁴⁸⁴

482 Vgl. dazu auch: RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE>. [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

483 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

484 Ebenda.

In diesem Zusammenhang ist die Rolle des Kommunikationsassistenten, wie eben von Schütz angeführt, von großer Relevanz. Diese müssten nicht nur über eine pädagogische Ausbildung, sowie über ein ausgeprägtes medientechnisches und -rechtliches Wissen verfügen, sondern auch besondere Sprachkenntnisse (Stichwort: Zweisprachigkeitsprüfung) aufweisen. Ebenfalls bedeutsam sind kommunikative und soziale Kompetenzen, Einfühlungsvermögen, eine möglichst hohe Unabhängigkeit bzw. Neutralität und die Fähigkeit Menschen verschiedener Ethnien vorurteilsfrei zu begegnen. Schließlich sollte in der täglichen Arbeit im Offenen Kanal darauf geachtet werden, dass die verschiedenen NutzerInnen nicht ausschließlich unter sich bleiben, sondern dass sich eine echte interkulturelle Zusammenarbeit entfalten kann. Hier kann der/die KommunikationsassistentIn eine wichtige Rolle spielen um Menschen aus unterschiedlichen Ethnien spielerisch, mit großer Behutsamkeit und Feingefühl, zusammenzuführen.

Ein weiteres bedeutsames Merkmal und für einen Offenen Kanal in einem mehrsprachigen Gebiet unabdingbar, ist die konsequente Zweisprachigkeit des Senders durch Synchronisierung und/oder Untertitelung. Dies stellt zwar einen deutlichen Mehraufwand dar, ist aber technisch gesehen durch die Verwendung des „Zweikanaltons“ durchaus umsetzbar. Im Experteninterview bestätigt auch der Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol Georg Plattner, dass „[...] technisch gesehen ist es [das Problem der Mehrsprachigkeit, *Anm. d. Verf.*] durch das Zweikanaltonsystem sicher möglich. Aber man muss auch den Aufwand dahinter sehen. Jeder Beitrag muss übersetzt werden. Also wenn man nur an die Übersetzung der Texte denkt, dann ist das fast die doppelte Arbeit.“⁴⁸⁵ Obwohl sich Plattner gegen einen bilingualen und für einen rein deutschsprachigen Fernsehsender ausspricht, ist die Mehrarbeit, sowie der finanzielle Aufwand unbedingt in Kauf zu nehmen, um den Offenen Kanal sowohl für deutsch-, als auch italienischsprachige SüdtirolerInnen anbieten zu können. Denn falls die Programme ausschließlich auf deutscher Sprache vorgesehen wären, würde der Sender mitnichten von der italienischsprachigen Bevölkerung rezipiert werden und vizeversa. So könnte der Offene Kanal seine wichtigen sozialen, (inter-)kulturellen Funktionen, sowie seinen brückenbildenden Beitrag nicht zur Gänze erfüllen. Nach Auffassung des Verfassers ist es also unbedingt notwendig, einen mehrsprachigen Offenen Fernsehkanal vorzuziehen.

485 PLATTNER, Georg: Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS). Interview am 30.10.2008 in Bozen.

Dass die Herausforderung der Zweisprachigkeit ohne weiteres überwunden werden kann, sieht man am Sender „ARTE“, der seine Programme vorbildhaft auf französischer und deutscher Sprache über Zweikanalton ausstrahlt. Dass dies nicht nur professionelle Fernsehstationen meistern können, zeigt das grenzüberschreitende, bilinguale Magazin „Euroclick/Mosaik“ (siehe Kapitel 5.2.). Die MacherInnen des deutsch-französischen Projekts haben es nicht nur verstanden die Beiträge konsequent zu synchronisieren oder zu Untertiteln, sondern auch die Sendung mit zweisprachiger Moderation vorzusehen. Auch Schütz sieht das Sprachenproblem technisch und finanziell lösbar:

„Wir haben ja auch das Projekt „Twin City Fernsehen“ (Wien-Bratislava) vorgesehen und da herrscht eine ähnliche Problematik. Man muss das sicher technisch überlegen, wie kann man mit zwei Sprachen arbeiten. Einerseits ist es sehr schön, so wie es beim Projekt „Euroclick“ passiert ist, in Deutschland und Frankreich, wo zwei Moderatoren gemeinsam durch eine Sendung durchführen und in zwei Sprachen moderieren. Das ist schon einmal eine Möglichkeit. Man wird technisch da alles ausnützen müssen: den Zweikanalton oder Untertitelung. Das geht ja heute. Und dass man in dem Fall Sendungen in zwei Sprachen bietet. Das haben wir auch vorgesehen gehabt für das „Twin City Fernsehen“. So etwas kann man finanziell genau überlegen, was das kostet und es ist machbar.“⁴⁸⁶

Ein ebenso hervorragendes Beispiel für die Produktion von mehrsprachigen Programmen ist MTNL („*Multiculturele Televisie Nederland*“) aus den Niederlanden. Dort fremdsprachige Programme stets Untertitelt, um Ghattobildungen zu vermeiden und die Inhalte auch den Holländern anderer ethnischer Herkunft zugänglich zu machen. In seinen Ausführungen stellt Altendorf fest, dass diese Sendungen eine hohe Reichweiten und im Verhältnis viele ZuschauerInnen, die nicht einer der ethnischen Minderheiten angehören, aufweisen. Laut Altendorf zeigt das niederländische Beispiel, dass sich diese Politik bewährt hat und dass auch fremdsprachige Programme oder Sendungen mit Untertiteln von der breiten Bevölkerung akzeptiert werden.⁴⁸⁷

Auch Hansen weist mehrsprachigen und interkulturellen Bürgermedien eine bedeutende integrative und politische Rolle zu:

„Interkulturalität in Offenen Kanälen als Konzept hat zweigleisig statt zu finden. Einmal in der uneingeschränkten Akzeptanz muttersprachlicher Sendungen und zum anderen in der Förderung eines interkulturellen Dialogs via Medien. Ein solches skizziertes Modell weist Sprache - sowohl die jeweilige Muttersprache als auch die

486 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

487 Vgl.: ALTENDORF, Alf et. al.: Niederlande. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) /ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.55.

lingua franca - als integrations-politisches Instrument aus. [...] Ein solches Konzept pluraler Auseinandersetzung entspricht dem Grundgedanken eines Offenen Kanals.⁴⁸⁸

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass ein mehrsprachiger Bürgerfernseher technisch problemlos umsetzbar wäre. Es kommt hier primär auf den politischen Willen und auf die Einstellung, die Bereitschaft und Akzeptanz der Bevölkerung Südtirols an, ob ein mehrsprachiger und multikultureller Offener Kanal in dieser Art umgesetzt wird. Dabei soll nochmals hervorgehoben werden, dass nur ein zwei- bzw. mehrsprachiges Bürgermedium, die für Südtirol enorm wichtigen interkulturellen und integrativen Funktionen erfüllen, die Stärkung und Pflege *aller* kultureller und sprachlicher Identitäten übernehmen, sowie als einzigartiger Ort der interkulturellen Kommunikation und Begegnung einnehmen kann. Ein solcher Kanal könnte sich schließlich gegebenenfalls zum Sprachrohr *aller* SüdtirolerInnen entwickeln und einen (kleinen) Beitrag zur Bildung eines offenen, multikulturellen und vielfältigen Südtirol, welches viele nicht (wahr-)haben wollen, beitragen.

- **Gemeinnützigkeit, Werbefreiheit und Nicht-Kommerzialität**

Der Offene Kanal in Südtirol soll im Dienste der Allgemeinheit (also aller drei Sprachgruppen) stehen und verantwortlich gegenüber ihrer Gemeinde sein. Der Sender sollte weder gewinnorientiert ausgerichtet noch der Wirtschaft verschrieben bzw. von ihr abhängig sein. Werbung sollte allgemein verboten sein. Dennoch kann die Möglichkeit angedacht werden, ob das Lukrieren von Geldern durch Werbung, jedoch ausschließlich um Teile der Kosten selbst zu decken, erlaubt sein sollte. So könnten gegebenenfalls Sendungen, die von Sponsoren unterstützt werden, so genannte Patronanzsendungen⁴⁸⁹, unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt sein. Dabei darf jedoch weder das Produkt gezeigt („*product placement*“), zum Kauf aufgefordert, noch der Inhalt der Sendungen oder die redaktionelle Unabhängigkeit beeinflusst werden. Falls Werbung im Offenen Kanal erlaubt sein sollte, dann müsste sie auf jeden Fall

488 HANSEN, Leo: Interkultureller Dialog in Offenen Kanälen. IN: LANG, Tillman / VOSS, Friedrich / OBERNDÖRFER, Dieter: Medien-Migration-Integration. Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM). Band 19. Berlin: Vistas, 2001. Online im WWW unter URL: http://www.bok.de/doku/hansen_interkulturell.pdf [Format: PDF; Stand: 5.2.2009].

489 „Eine Patronanzsendung liegt vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von audiovisuellen Werken oder Hörfunkprogrammen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke oder Programme mit Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern.“ Österreichisches Rundfunkgesetz (RFG). III. Abschnitt Werbung und Patronanzsendungen, § 17 Patronanzsendungen (Sponsoring), Absatz 1. 2001. Online im WWW unter URL: <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G#z13> [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

genau geregelt, kontrolliert, zeitlich eingeschränkt und vom restlichen Programm strikt getrennt sein.⁴⁹⁰

9.3 Mögliche Projekte, Programme und Kooperationen

Um einen Überblick über die reichhaltige Programmvielfalt und möglichen Kooperationen, ob durch finanzielle Unterstützung oder aktive Mitarbeit, zu bekommen, sollen in der Tabelle 8 (siehe am Ende dieses Unterkapitels) Projekt- und Programmvorschläge exemplarisch aufgelistet und erläutert werden. Unbedingt vorzuschicken sei hier jedoch die Tatsache, dass der Offene Kanal selbst kein Programm produziert! Für die Auswahl der Themen und ihre formale, sowie inhaltliche Umsetzung sind allein die ProduzentInnen verantwortlich. Nach Auffassung des Verfassers ist es besonders für Personen, die noch nie eine Sendung im Offenen Kanal gesehen haben, nicht unwesentlich mögliche Programmbeispiele bzw. vorstellbare Projekte und Kooperationen in der Folge aufzulisten. Dabei soll dieses Unterkapitel lediglich zur Orientierung dienen, welche Sendungen, welche Themen und welche Programmgattungen („Genres“) grundsätzlich denkbar wären. Es darf nicht als verbindliche Programmplanung seitens des Verfassers missverstanden werden! Denn – wie gesagt – das Programm wird erst später *peu à peu*, als niemals abgeschlossener *work in progress*, von den ProduzentInnen des Offenen Kanals eigenständig entwickelt.

Bezüglich der **Kooperationen** können hier nur Prognosen gestellt werden, da üblicherweise erst im Rahmen einer Machbarkeitsstudie umfassende Gespräche mit Personen oder Gruppen geführt, die Interesse an einer Mitarbeit haben, sowie Absichtserklärungen („Letter of Intent“) unterschrieben werden. Dennoch lassen sich aus den im Zuge dieser Diplomarbeit erhaltenen Stellungnahmen und Unterstützungserklärungen (siehe Anhang) brauchbare Rückschlüsse auf mögliche Zusammenarbeit von verschiedenen Organisationen, Institutionen, Schulen, Vereinen, Initiativen, Gruppierungen oder Einzelpersonen mit dem Offenen Kanal Südtirol, ziehen. Bevor jedoch die vom Verfasser gesammelten Feedbacks und

490 Vgl.: STACHEL, Robert: Werbung. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.81-84. Vgl. dazu auch: Österreichisches Rundfunkgesetz (RFG). III. Abschnitt Werbung und Patronanzsendungen, § 17 Patronanzsendungen(Sponsoring), Absatz 1. 2001. Online im WWW unter URL:<http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G#z13> [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

Untersützungserklärungen betrachtet werden, soll hier noch eine, im Jahre 1999 vom Landesinstitut für Statistik (ASTAT) durchgeführte Untersuchung über „nonprofit“-Organisationen in Südtirol kurz herangezogen werden, da sie Aufschluss darüber geben kann, wieviele – neben Einzelpersonen – Gruppen, Organisationen oder Vereine potenziell interessiert wären, den Offenen Kanal als Sendeplattform zu nützen. Demnach gab es 1999 in Südtirol insgesamt 3.846 Organisationen, wovon 2.517 im Bereich Kultur, Sport und Freizeit, 132 in Bildung und Forschung und 30 im politisch-sozialen Sektor (Bürgerrechtsgruppen etc.), tätig sind.⁴⁹¹ Dies bedeutet, dass in Südtirol eine relativ hohe Dichte an Organisationen, Vereinen und Stiftungen existiert, wonach die Vermutung nahe liegt, dass sich wahrscheinlich aus dieser Masse genügend Kooperationen bzw. ProduzentInnen finden lassen.

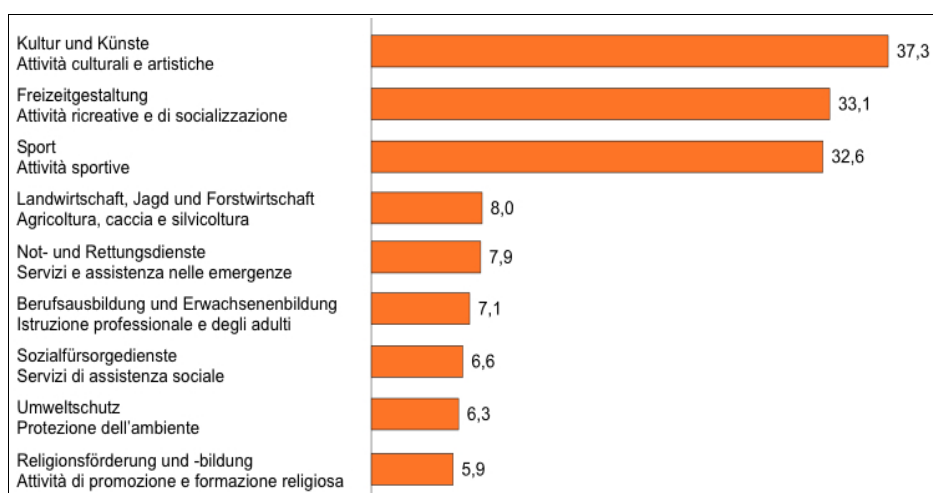


Abbildung 13: Nonprofit-Organisation in Südtirol. Einteilung nach Tätigkeit in Prozentwerte.

Die mannigfaltigen positiven **Statements** und **Unterstützungserklärungen** seitens unterschiedlicher politischer Parteien, Vereine, Organisationen und Institutionen zeigen ein allgemein großes Interesse und eine relativ hohe Akzeptanz⁴⁹², sowie Offenheit

491 Vgl.: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Nonprofit in Südtirol. Bozen: Autonome Provinz Bozen. Landesinstitut für Statistik: 1999. S.27ff. Online im WWW unter URL:

http://www.provinz.bz.it/astat/download/nonprofit_1999.pdf [Format: PDF; Stand: 7.2.2009].

492 „Einen solchen offenen, mehrsprachigen Kanal würde ich zumindest aus zwei Gründen begrüßen. Erstens einmal ist Kommunikation immer ein demokratisches Instrument [...] Auf der anderen Seite kommt hier noch in einem mehrsprachigen Gebiet zusätzlich dazu, dass eben ein solcher Kanal eine friedensstiftende Funktion unter den Sprachgruppen einnehmen könnte: Abbau von Vorurteilen, Aufbau von Vertrauen! Vertrauen ist eine zentral Kategorie in der Politik. Das würde eben bedeuten, dass ein friedliches und konstruktives gesellschaftliches Leben mehrerer Sprachgruppen auf einem gemeinsamen Territorium gefördert würde. Insofern glaube ich, dass ein solches Projekt nur positiv gesehen werden kann! PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

In puncto Akzeptanz bei der Bevölkerung ist der Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol, Georg Plattner, hingegen eher skeptisch eingestellt. „[...] bei einem reinen Offenen Kanal sehe ich es problematisch, ob der die genügende Akzeptanz von der Bevölkerung erhält.“ PLATTNER, Georg: Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS). Interview am 30.10.2008 in Bozen.

gegenüber dieser Initiative. Die meisten politischen Parteien begrüßten, obwohl nur wenige mit dem Thema Bürgermedien vertraut waren, die Idee einen mehrsprachigen Offenen Fernsehkanal in Südtirol zu installieren. So schrieb beispielsweise der Landeshauptmann Luis Durnwalder (SVP):

„Zum Thema „Offene Kanäle“ kann ich eigentlich nur sagen, dass sich damit völlig neue medienspezifische Perspektiven eröffnen würden. Was die spezifische Umsetzung in Südtirol angeht, ist dafür sicherlich noch einiges an Vorarbeit zu leisten, bis so ein innovatives Projekt Realität werden könnte. Ich bin gespannt darauf.“⁴⁹³

Ob diese grundsätzlich positive Aussage des Landeshauptmanns vom damals bevorstehenden Wahlkampf beeinflusst worden ist oder ob er einen Offenen Kanal in Südtirol wirklich unterstützen würde, kann hier wohl nicht beantwortet werden. Dies kann wohl nur die Zukunft zeigen.

Bedenken darüber ob seitens der SVP mehr Meinungs- und Medienvielfalt, sowie ein unzensurierter, unabhängiger, medialer Diskurs gewünscht und gefördert würde, hat zumindest Andreas Pöder, Parteiobmann der rechts-konservativen „Union“ angezweifelt.

„Hinsichtlich der politischen Umsetzbarkeit sind Zweifel angebracht, zumal in Südtirol 'offene Berichterstattung' nicht unbedingt erwünscht ist und ein Offener Kanal bei der Mehrheitspartei durchaus auf Skepsis stoßen würde. [...] Ob ein Offener Kanal in Südtirol zensurfrei sein würde, wage ich zu bezweifeln - zu wünschen wäre es allemal.“⁴⁹⁴

Auch die rechte und dem Deutschtum verschriebene Partei „SÜD-TIROLER FREIHEIT“ würde ein derartiges Projekt unterstützen. Fraglich bleibt jedoch, ob diese Partei auch einen multikulturellen, mehrsprachigen Offenen Kanal für alle SüdtirolerInnen begrüßen würde. In ihrer Stellungnahme schrieb sie:

„Die Bewegung SÜD-TIROLER FREIHEIT steht einer breiten Medienvielfalt sehr positiv gegenüber, deshalb würden wir ein solches Projekt auf jeden Fall begrüßen. Sehr interessant! Immer mehr Medien stehen in Süd-Tirol unter politischer Einflussnahme bzw. und politischer Abhängigkeit, weshalb es Alternativen und einen freien geregelten Zugang zu den Medien braucht.“⁴⁹⁵

Ebenfalls positiv äußerte sich die interkulturelle „Demokratische Partei/partito democratico“ und unterstrich vor allem die Bedeutung eines Offenen Kanals in Südtirol Gegenöffentlichkeit herzustellen und den Medien- und Meinungspluralismus

493 DURNWALDER, Luis: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 6.10.2008.

494 PÖDER, Andreas: Pöder: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 7. Oktober 2008.

495 THALER, Werner: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 13.10.2008.

zu fördern. „[...] wir würden einen solchen Kanal begrüßen! Ich denke dass ein solches Projekt in Italien und in Südtirol besonders wichtig ist, um das lokale und nationale Medienmonopol zu schwächen.“⁴⁹⁶

Der SVP-Politiker und Senator in Rom Oskar Petterlini würdigt ebenfalls diese Initiative, jedoch mit dem wichtigen Hinweis, dass eine öffentliche Kontrolle gegeben sein muss, um einen möglichen Missbrauch zu vermeiden.

„Von der Güte des Projektes bin ich überzeugt, allerdings mit den notwendigen öffentlichen Garantien, um Missbrauch, beispielsweise unkontrollierte Angriffe und Verleumdungen, zu vermeiden [...] Sollten die notwendigen, oben erwähnten, Garantien gegeben sein, sehe ich nur Vorteile, um den Pluralismus und die Demokratie zu fördern.“⁴⁹⁷

Auch im Umfeld verschiedener kulturellen Vereinigungen und Organisationen in Südtirol zeigte man großes Interesse für ein derartiges Projekt und bekundete wohlwollend Unterstützung an. Neben dem einzigen freien, nicht-kommerziellen und partizipativen Bürgerradio in Südtirol, „Radio Tandem“⁴⁹⁸ und dem „Kulturportal Südtirol“⁴⁹⁹ würde auch die „Initiative für mehr Demokratie“ die Realisierung eines mehrsprachigen Offenen Kanals begrüßen und aktiv unterstützen.

„Zusammen mit einer Neuregelung des Wahlrechts für eine freiere Wahl, meine ich, sollten wir als Initiative für mehr Demokratie, nach dem Durchbruch mit der Direkten Demokratie (gelingt hoffentlich mit der Volksabstimmung 2009), die Frage der freien Information angehen. Von daher werde ich mich innerhalb der Initiative auch für die Unterstützung dieses Projektes aussprechen und einsetzen. Ich kann absolut keine Nachteile für ein solches Projekt sehen, nur halt Schwierigkeiten, ein solches zu realisieren. Überzeugung und Ausdauer können aber auch diese überwinden.“⁵⁰⁰

Schließlich zeigt das Feedback von Kurt Duschek, der die (wie bereits in Kapitel 6.3.2 erwähnt) erste unabhängig-kritische Südtiroler Videoplattform „sprachrohr.tv“ gegründet hat, dass eine große Bereitschaft nach freier und bürgernaher Kommunikation in der Südtiroler Bevölkerung besteht. Dies müsste natürlich im

496 REFATTI, Luca: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 9.10.2008.

497 PETTERLINI, Oskar: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 9.10.2008.

498 „[...] sarei certamente a favore di una tv dei cittadini, perche credo nel valore della pluralità dei media e soprattutto nei media che vengono 'dal basso' come si dice. tutto nel senso del motto 'be the media' (indymedia)“

Ich wäre sicher für einen Offenen Kanal, weil ich an den Medienpluralismus und vor allem an Medien glaube, die „von unten“ kommen, ganz nach dem Motto von Indymedia „sei die Medien“!

BRANCAGLION Thomas: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 22.10.2008.

499 „Falls jedoch jemand einen offenen Kanal machen möchte würde ich diese Initiative unterstützen. Nicht mit Geld aber mit Taten.“ GRÜNFELDER, Peter: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 10.10.2008.

500 LAUSCH, Stephan: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 8.10.2008.

Rahmen einer Machbarkeitsstudie durch umfassende Meinungsforschung empirisch weiter überprüft werden. Doch hier soll dies als Indiz dafür reichen, dass Instrumente zur Verwirklichung der Rede- und Meinungsfreiheit von der Mehrheit der SüdtirolerInnen bereitwillig angenommen und genützt werden.

„Ihr Projekt ist absolut wünschenswert, ok und sollte unbedingt (zweisprachig) realisiert werden. Wenn ich Ihnen in irgend einer Weise behilflich sein kann, so werde ich dies tun. [...] Meiner bescheidenen Erfahrung nach, (ab 1.5.08, 420.000klicks, ca. 700 videobeiträge) ist jede freie Form der Möglichkeit zur Meinungsäußerung in Südtirol bei den Bürgern willkommen. Habe bis heute noch nie eine Abweisende [*sic!*] Meinung erfahren oder zur Kenntnis nehmen müssen.“⁵⁰¹

Relativ negative Rückmeldungen gab es, abgesehen von der bekannten Südtiroler Nachrichtensprecherin und ehemaligem EU-Parlamentarin Lilli Gruber⁵⁰², die aufgrund ihrer Arbeit keine Stellungnahme zu diesem Thema abgeben konnte, lediglich vom Südtiroler Landespresseamt (Lpa). Das Lpa, dessen Hauptaufgabe darin besteht, über die Arbeit der Landesregierung zu informieren, ließ folgendes verlautbaren:

„[...] Das Fazit ist m.E. ein einfaches: Die Forderung nach der Einrichtung Offener Kanäle ist eine aus den gemachten Erfahrungen heraus kaum zu rechtfertigende. Dies vor allem auch angesichts der enormen Kosten, die die Einrichtung eines solchen Kanals mit sich bringt: professionelles Studioequipment, professionelle Sendetechnik, das Bereitstellen von Medienassistenten und nicht zuletzt das Besetzen von Frequenzen, schlägt mit nicht zu vernachlässigenden Kosten für den Steuerzahler zu Buche, die durch den zu erwartenden geringen Nutzen kaum zu rechtfertigen sind.“⁵⁰³

Zum unmissverständlichen Statement des Landespresseamtes soll hier folgendes angeführt werden: Während das oft verwendete Argument der hohen Kosten noch legitim und größtenteils zutreffend ist, muss der Kritik bezüglich des angeblich geringen Nutzens eines Offenen Kanals energisch widersprochen werden. Wie in dieser Arbeit versucht wurde zu erklären, leisten Offene Kanäle vielfältige Funktionen, die von diversen Institutionen (allen voran von der Europäischen Union, aber auch von der Bundeszentrale für politische Bildung etc.), verschiedenen Verbänden (BOK, AKOK, NOKO, AOKÖ, BZBM, CMFE, ALM, Open Channels for Europe etc.) und von zahlreichen ExpertInnen offiziell anerkannt wurden. Das (subjektive) Argument des

501 DUSCHEK, Kurt: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 28.10.2008.

502 „[...] Tut mir leid, aber ich bin vor mehr als einem Jahr vom EP [Europäischen Parlament, *Anm. d. Verf.*] zurückgetreten und kann mich, auch aufgrund meiner neuen Arbeit [bei dem italienischen Privatfernseher La7, *Anm. d. Verf.*], nicht mehr um politische Angelegenheiten kümmern. GRUBER, Lilli: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 28.10.2008.

503 RAINER, Christian: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 8.10.2008.

geringen Nutzens eines Offenen Kanals lässt sich, *gerade* vor dem Hintergrund der gravierenden demokratischen- und medialen Defizite in Südtirol, kaum aufrecht erhalten. Ferner ist der, bereits des Öfteren angeführte, vermittelnde-, interkulturelle-, friedensstiftende (Mehr-)Wert Offener Kanäle *gerade* in ethnisch fragmentierten Gesellschaften wie in Südtirol von unschätzbbarer Bedeutung. Durch mehrmaliges Hervorheben und Begründen (durch Experteninterviews, auf Grundlage anerkannter Dokumente und anhand internationaler Beispiele) der mannigfaltigen Funktionen versucht(e) diese Diplomarbeit genau derartige Meinungen zu korrigieren bzw. ähnliche (Vor-)Urteile zu entkräften. Nichtsdestotrotz werden auch in Zukunft Bürgermedien im Allgemeinen ihre Funktionen bzw. ihre Daseinsberechtigung stets legitimieren müssen.

Abschließend soll hier noch speziell die Bereitschaft bzw. die verschiedenen Statements und Unterstützungserklärungen seitens des Präsidenten der Europäischen Kommission, Juan Barroso, der EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien, Viviane Reding, sowie der österreichischen EU-Parlamentarierin, Karin Resetarits, hervorgehoben werden. (Die vollständigen Statements sind im Anhang ersichtlich). Die zahlreichen Exponenten der verschiedenen Bürgermedienvereinigungen⁵⁰⁴, wie beispielsweise der Bundesverband Offener Kanäle (BOK) oder der Arbeiterkreis Offener Kanäle Österreich (AOKÖ) zeigten sich ebenfalls von der Idee eines Offenen Kanals in Südtirol begeistert und mit dem Projekt solidarisch. Sie boten ausdrücklich (technische) Hilfe, Kooperationen, sowie die Vermittlung ihres Know-Hows und ihrer Erfahrungen an.

„Der „Arbeiterkreis Offene Kanäle Österreich“ würde ein solches Projekt in Südtirol, soweit das uns möglich ist, unterstützen. [...] Ich [Johannes Schütz, *Anm. d. Verf.*] habe schon lange Kontakt mit Offenen Kanälen in Deutschland, schon von Beginn an, seit 1985, und wir haben die Erfahrungen gemacht, dass da immer offene Türen sind. Dass da großes Interesse besteht, dass in Österreich was passieren soll oder in Italien, in Südtirol. [...] Da gibt es sicherlich eine sehr große Aufgeschlossenheit und da kann man auch gemeinsam Projekte machen.“⁵⁰⁵

504 So zeigte sich auch Pieter de Wit, Präsident des Community Media Forum Europe, bezüglich der Gründung eines Offenen Kanals in Südtirol sehr optimistisch: „If you want an open channel, then start one! But of course there are technical difficulties. Infrastructure has to be there, there has to be a cable available. You have to find a license from the local or the national authorities. I think these challenges can be fought and can be won! If you live in a city in Italy and if you want an open channel: I am very sure...it can be done! DE WIT, Pieter: Präsident des Community Media Forum Europe (CMFE) und Direktor der niederländischen Föderation der „community-media“ (OLON). Interview am 13.09.2008 in Berlin.

505 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

„Ja, ohne Einschränkungen würden wir [der Bundesverband Offener Kanäle, *Anm. d. Verf.*] das begrüßen! Gerade Italien – ganz Europa bedauert Italien – das muss man leider so sagen, wegen Berlusconi natürlich und wegen einer politischen Entwicklung die in Europa mit äußerster Besorgnis beobachtet wird, gerade im Medienbereich. Und da begrüßen wir einfach jedes Medium was anders ist, weil wir Europäer sind und weil wir nicht wollen, dass ein Land so abdriftet!“⁵⁰⁶

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass erstens ein grundsätzlicher (politischer) Wille seitens der meisten Südtiroler Parteien zu erkennen ist, dass zweitens die zahlreichen Vereinigungen im kulturellen Sektor die Wichtigkeit freier, unabhängiger und partizipativer (Bürger-)Medien für Südtirol bestätigen, allgemeines Interesse bekunden und aktive Mitarbeit anbieten. Drittens seien hier nochmals die Bestrebungen zur Anerkennung, Gründung und Stärkung von Bürgermedien seitens der Europäischen Union, sowie die Kooperationsbereitschaft und Solidarität der deutschen und österreichischen Bürgermedienverbände mit einem Offenen Kanal in Südtirol betont. Und schließlich kann man viertens, abgesehen von vereinzelten Zweifeln über die politische und finanzielle Machbarkeit, sowie den (gesellschaftlichen) Nutzen eines Offenen Fernsehkanals in Südtirol, einen grundsätzlichen Bedarf der Bevölkerung erkennen und eine hohe Akzeptanz eines derartigen Medienprojektes vermuten.

506 WIENGARN, Bettina: Vorsitzende des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und Leiterin des Offenen Kanals Magdeburg. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

TITEL	GENRES	KOOPERATIONEN	BESCHREIBUNG
Unser Südtirol! La nostra patria!	Information/ Kultur/ Service	Landesamt für Tourismus, Tourismusverein Südtirol, Südtiroler Marketing Gesellschaft (SMG), sowie versch. Gemeinden, Dörfer, Vereine, Gasthäuser.	Präsentation diverser Ortschaften, Dörfer und Gemeinden. Beschreibung typischer Sitten, Bräuche & Besonderheiten, sowie Information über bevorstehende Feste & Aktivitäten.
Wer sein mir? Via sein mir? Ma chi e come siamo?	Information/ Kultur/ Reportage	Tourismusverein Südtirol, Landesamt für deutsche-, ladinische- und italienische Kultur, sowie diverser Organisationen & (Kultur-)Vereine.	Beschreibung der italienischen-, ladinischen- und deutschsprachigen Kultur (Feste, Bräuche, Traditionen, Sprache) analysiert durch BürgerInnen und ExpertInnen (aus den Bereichen Soziologie, Geschichte und Politik).
Alle anders, alle gleich! Tutti differenti, ma tutti uguali!	Information/ Kultur/ Reportage	Landesamt für deutsche-, ladinische- und italienische Kultur, Integrationsbüro, Amt für bedrohte Minderheiten, sowie verschiedene Organisationen & (Kultur-)Vereine.	Die Sendung soll Einblicke in die Lebenswelt versch. Personen(gruppen) in Südtirol geben. Dabei soll deren Alltag, Weltanschauung, Wünsche, Ängste und Hoffnungen, sowie deren Einstellungen zu bsp. Religion, Familie, Politik, Integration usw. gezeigt werden. Es sollen besonders auch Randgruppen (MigrantInnen, Sinti & Roma) zu Wort kommen. Zudem sollen Personen aus multikulturellen, mehrsprachigen Familien die Vor- und Nachteile mit mehreren Kulturen & Sprachen aufzuwachsen, schildern.
Fremde Nachbarn?! Vicini stranieri?!	Information/ Kultur/ Interviews/ Diskussionsrunde	Landesamt für deutsche-, ladinische- und italienische Kultur, Integrationsbüro, Amt für bedrohte Minderheiten, sowie verschiedene Organisationen & (Kultur-)Vereine.	Sammlung versch. Meinungen und Erfahrungen italienischer-, ladinischer- und deutschsprachiger Personen über/mit die/den jeweiligen Ethnien, sowie anschließende Analyse und Diskussion dieser (Vor-)Urteile. In dieser Diskussionsrunde (mit versch. ExpertInnen und PolitikerInnen) sollen brisante (Tabu-)Themen wie Integration, Migration, Ausländerfeindlichkeit, Parallelgesellschaft, Toponomastik, Proporz, gemischt-sprachige Schulen usw. aufgegriffen werden.
„Krauderwelsch“ „Ma come si dice?“	Information/ Bildung	Landesamt für deutsche-, ladinische- und italienische Kultur, deutsches-, ladinisches- und italienisches Schulamt, Landesamt für Zweisprachigkeit und Fremdsprachen, Universität Bozen usw.	Sendung zur Sprachförderung und -erklärung. Es sollen Gemeinsamkeiten, Unterschiede, Mischformen und Herkunft versch. deutscher-, ladinischer- und italienischer Wörter, sowie Ausdrücke aus dem Südtiroler Dialekt erklärt, übersetzt und (sprach-)wissenschaftlich aufgearbeitet werden. Zudem sollen Zuschauer durch ein Rätsel die Bedeutung und die Ethymologie eines bestimmten Wortes erraten und erklären.
(Un-)Bekannte Geschichte. Storia (s)conosciuta	Information/ Bildung/ Geschichte/ Dokumentation/ Diskussion runde	Versch. Landesämter, Bildungsinstitutionen, sowie Vereine und Organisationen, die sich mit der Geschichte des Landes beschäftigen	Information und Interpretation (aus deutscher-, wie italienischer Perspektive) der Geschichte Südtirols. Durch Interviews (mit HistorikerInnen und ZeitzeugInnen) und anschließender Diskussion sollen v.a. die tabuisierten oder mystifizierten Ereignisse der Südtiroler Geschichte möglichst neutral, objektiv und faktengestützt aufgearbeitet werden.
Erlebte Geschichte. Storia vissuta.	Information/ Bildung/ Geschichte/ Dokumentation/ Interview/ Diskussionsrunde	Versch. Landesämter, Bildungsinstitutionen, sowie Vereine und Organisationen, die sich mit der Geschichte des Landes beschäftigen	chige Senioren erzählen Südtiroler Geschichte. Dabei sollen besonders an Gedenktagen Spezialausgaben bzw. Themenabende vorgesehen werden (dies lässt sich mit oben genannten Programmen koppeln). Themen von besonderer Relevanz sindz.B. der 1. und 2. Weltkrieg, die Option, die Autonomie und die Südtiroler „Freiheitskämpfer“.
Wie funktioniert denn eigentlich Politik? Mà come funziona la politica?	Information/ politische Bildung/ Diskussionsrunde	Versch. Landesämter, Universität Bozen, diverse Vereine und Organisationen, eventuell politische Parteien usw.	Informations- und Aufklärungssendung über grundlegende politische Fragen. Erklärung komplexer pol. Begriffe. Beschreibung und Präsentation regionaler, nationaler und internationaler Institutionen/Behörden und ihre Aufgaben. Information über bevorstehende Wahlen oder Referenden. Eventuelle Gesprächsrunde mit diversen Parteien.
Aufgedeckt! Rivelato!	Reportage		Kritische, investigative Reportage die brisante Themen und Missstände in Südtirol aufdecken soll.
K & K. Die Kunst und Kultursendung. Arte e cultura.	Magazin Kunst/ Kultur/ Musik/ Information/ Service	Landesamt für deutsche-, ladinische- und italienische Kultur, Kulturportal Südtirol, Kunstzentren und -schulen, Museen, Kultur und Jugendzentren, Kinos, Kunst & Kultur-Vereine und Organisationen.	Magazin, dass sich mit der lokalen Kunst- und Kulturszene befasst, heimische KünstlerInnen portraitiert und Kulturveranstaltungen vorankündigt. Soll als Plattform für Südtiroler Künstler(gruppen) und Kulturliebhaber dienen, die lokale Szene beleben und Netzwerke bilden.
Veranstaltungs- & Informationssendung (zweisprachig)		Versch. Kultur-Vereine, -Portale und Veranstalter.	
Nachrichtensendung (zweisprachig)			
Natur- & Umweltmagazin		Versch. Landesämter, sowie (Naturschutz-)Vereine und Organisationen.	

Tabelle 9: Mögliche Sendungen bzw. Projekte des Offenen Kanals Südtirol.

10. UMSETZUNG

„Sollten Sie dies für utopisch halten, so bitte ich Sie darüber nachzudenken, warum es utopisch ist.“

- Bertholt Brecht -⁵⁰⁷

Nachdem nun in den letzten Abschnitten zum einen die gesellschaftliche-, politische-, kulturelle- und mediale- Situation in Südtirol, sowie ihre spezifischen Probleme besprochen und zum anderen die besondere Relevanz eines Offenen Kanals für Südtirol nachdrücklich betont wurde, soll nachfolgend seine konkrete Umsetzung geprüft werden. Dies soll sowohl auf Basis der vom Verfasser geführten Experteninterviews und der zahlreichen Stellungnahmen, als auch mit Hilfe der Machbarkeitsstudie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien, erfolgen. Zuerst soll auf allgemeine Aspekte zur Durchführung eingegangen und in einem weiteren Schritt ihre wirtschaftliche und technische Machbarkeit, sowie die politische Voraussetzung begutachtet werden.

10.1 Voraussetzungen für einen Offenen Kanal in Südtirol

Bevor ein Offener Kanal in Südtirol auf Sendung gehen könnte, müssten zuerst – allgemein gesprochen – eine Reihe von Prämissen überprüft und gegebenenfalls geschaffen werden. Zunächst müsste der gesellschaftliche Bedarf für einen Offenen Kanal in Südtirol untersucht werden. Es müssten – wie in Kapitel 9.5 bereits angesprochen – möglichst viele Menschen bzw. Gruppen aus unterschiedlichen Bereichen auf das Projekt aufmerksam gemacht, über diverse Kommunikationsmittel informiert und zum aktiven Mitarbeiten animiert werden. Des Weiteren müssten Gruppen, Initiativen, Projekte und Institutionen gebündelt und in die Planungs- und Öffentlichkeitsarbeit miteinbezogen werden. Auch Johannes Schütz weiss aus seinen Erfahrungen mit der Planung eines gemeinsamen Fernsehprojekts zwischen Wien und Bratislava, von der Wichtigkeit Interessierte möglichst früh in das Projekt mit einzubeziehen.

„Wir haben für das „Twin City Fernsehen“ rund 60 Gruppen in Österreich und der Slowakei gefunden, die Interesse hatten sich aktiv an diesem Programm zu beteiligen, die von Anfang an in die Konzeption eingebunden worden sind. Ich glaube, dass es wesentlich ist, Vereine und zentrale Organisationen in Südtirol anzusprechen, ihre Projektideen schon vorzeitig einzubringen. Sich möglichst früh mit dieser Möglichkeit

507 BRECHT, Berthold: Radiotheorie. IN: Gesammelte Werke VIII. Schriften 2. Zur Literatur und Kunst. Zur Politik und Gesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1967. S.130.

auseinander zu setzen. Und dass man Communities von Anfang an, schon in der Vorbereitungsphase, durch Treffen herausbildet; dass die Menschen schon da beginnen, miteinander zu arbeiten.“⁵⁰⁸

Im puncto Information und Aufklärung spielen natürlich die traditionellen Medien eine wesentliche Rolle. Es müssten möglichst viele Kontakte zu den Medien geknüpft und gepflegt werden. Des Weiteren müssten unzählige Gespräche geführt werden, damit das Projekt möglichst umfassend, langfristig und vor allem positiv an die Öffentlichkeit transportiert wird. Besonders wichtig ist „lobbying“ und „networking“ auf politischer Ebene zu betreiben, Interesse für das Projekt zu wecken, aufzuklären, BefürworterInnen der Initiative zu finden und sowohl Politiker, lokale wie nationale Institutionen, als auch so genannte „Multiplikatoren“ in den Entstehungs- und Umsetzungsprozess zu integrieren. In diesem Zusammenhang stellt Johannes Schütz folgendes fest.

„Wichtig bei der Gründung oder bei der Vorbereitung eines Offenen Fernsehkanals ist sicher mal den Bedarf festzustellen. Das heißt zu schauen, welche Gruppen Interesse haben und vorzeitig diese Interessenten miteinzubinden in den Entscheidungs- und Umsetzungsprozess. [...] Wenn man das haben will, muss man vorzeitig beginnen Leute einzuladen, sie am Diskussionsprozess zu beteiligen, dass man Veranstaltungen macht schon bevor der Offene Fernsehkanal geöffnet wird, dass man ein Forum im Internet hat, wo Leute ihre Projekte, ihre Themen, die sie gerne machen würden, schon präsentieren können. Dass man über Sprachgruppen hinweg Themen initiiert und da auch die passenden Partner zusammenführt. Also im Mittelpunkt sollte stehen, dass der Offene Kanal, wenn er Erfolg haben will, zu einem wirklichen Kommunikationszentrum wird!“⁵⁰⁹

Des Weiteren müsste auf politischer Ebene über die Durchführung einer **Machbarkeitsstudie** diskutiert werden. Diese sollte neben einer allgemeinen Einführung in das Thema, den Bedarf bzw. das Interesse an eine aktive Mitarbeit ermitteln und eine technische, wirtschaftliche und organisatorische Umsetzung (kontextbezogen) prüfen.

“Die Machbarkeitsstudie ist eigentlich ein erster Schritt in diesem politischen Prozess, um überhaupt zu einem Offenen Fernsehkanal zu kommen. Also ich denke, dass es sehr gut ist, wenn jetzt eine Diplomarbeit entsteht, wo der Schwerpunkt der Offener Kanal in Südtirol ist. Dass man auf dieser Basis ein 10-seitiges Konzept schreibt, einigen Verantwortlichen vorlegt und mal in dem ersten Schritt des politischen Willensprozesses, der es eigentlich ist, versucht eine Machbarkeitsstudie zu bekommen. Dass es mal in Auftrag gegeben wird von den verantwortlichen Stellen. [...] Welchen Bedarf gibt es für so ein Community-media Projekt in Südtirol? Das ist

508 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

509 Ebenda.

sicherlich ein Hauptpunkt der Machbarkeitsstudie. Das wäre so eine Art Markt- und Meinungsforschung. Da ist es wesentlich zu sehen, welche gesellschaftlich relevanten Gruppen möchten sich aktiv am Programm des Offenen Fernsehkanals beteiligen oder würden es zumindest befürworten und aus welchen Gründen. Anhand dieses Bedarfs kann man die politische Diskussion, diesen Willensbildungsprozess fortsetzen und hoffentlich zu einer Realisierung gelangen.“⁵¹⁰

Bis jedoch dieser politische Willensbildungsprozess und alle organisatorischen, finanziellen und technischen Fragen beantwortet sind, ist es ein langer und schwieriger Weg bei dem man – wie Jürgen Linke im Experteninterview erwähnt – viel Geduld und Ausdauer als notwendige Voraussetzung mitbringen sollte.⁵¹¹

10.1.1 Technische Grundlagen

Als technische Voraussetzung zum Übertragen der Programme an ein lokal begrenztes Verbreitungsgebiet braucht es zuallererst eine **Sendeerlaubnis** vom zuständigen Ministerium. Laut Georg Plattner von der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS) werden jedoch, aufgrund der Frequenzknappheit im analogen terrestrischen Netz, vom Ministerium keine Genehmigungen mehr erteilt. Nichtsdestotrotz besteht im Rahmen der weltweiten **Digitalisierung** des Fernsehbereiches (vom analogen PAL-System zum „*digital video broadcasting*“ - DVB) die einzigartige Möglichkeit, Programme des Offenen Kanals über unlimitierte digitale Frequenzen zu verbreiten. Demnach gibt es „[...] mehrere Verbreitungsmöglichkeiten: einmal gibt es die Verbreitung über Äther, über Kabel und über Satellit. [...] Es ändert sich viel mit der Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens DVB-T. Dort werden neue Ressourcen für neue Dienstanbieter reserviert. Gerade in Südtirol sollten in den nächsten Monaten Arbeitsgruppen entstehen, die diese Frequenzen bzw. diese Kanäle planen, wie viel den jetzigen Betreibern zustehen und wie viel es für neue Anbieter gibt.“⁵¹²

Die Vorteile des digitalen Fernsehens bestehen, abgesehen von der höheren Bandbreite und der größeren Programmvvielfalt im Gegensatz zu den überbelegten analogen Frequenzen, in einer besseren Bild- und Tonqualität, der Übermittlung von Zusatzdaten (so zum Beispiel Texttafeln, welche für eine bessere Information und Orientierung der Programme im Offenen Kanal nützlich wären) und dem stationären, portablen oder

510 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

511 Vgl.: LINKE, Jürgen: Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin. Interview am 13.09.2008 in Berlin.

512 PLATTNER, Georg: Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS). Interview am 30.10.2008 in Bozen.

mobilen Empfang über normale Dach- oder Zimmerantenne.⁵¹³

Die Analogabschaltung bzw. die Umstellung auf das digitale Fernsehen soll in Südtirol Ende 2009 (italienweit von 2009 bis 2012) erfolgen.⁵¹⁴ Dies könnte – ähnlich der Kabeleinführung in Deutschland Anfang der 1980er Jahre – eine einmalige Chance zur Schaffung des ersten Offenen Kanals in Südtirol (bzw. in Italien) darstellen.

Neben einem Offenen Fernsehkanal mit einer auf Südtirol begrenzten Verbreitung über DVB-T, die nach Plattner „[...] in einem kleinen Gebiet natürlich der einfachste Weg“⁵¹⁵ ist, wäre auch ein **grenzüberschreitendes Fernsehen** innerhalb der Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino technisch möglich. Dabei könnte man die Programmzuspielung „[...] theoretisch wirklich über die Richtfunkleitungen machen, die wir zur Zeit auch nach Österreich haben [...] Es wäre denkbar so einen Offenen Kanal mittels dieser Richtfunkstrecken zu übermitteln. Es ist natürlich sehr schwierig derzeit grenzüberschreitende Programme zu verbreiten, da man in jedem Staat auch die zugehörige Genehmigung erhalten muss.“⁵¹⁶ Inwieweit diese politischen Hürden überwunden werden und Finanzierungsmöglichkeiten im Rahmen des EU-Gemeinschaftsprogramms „Regionen für wirtschaftlichen Wandel“ (früher Interreg) lukriert werden könnten, müsste im Einzelnen weiter überprüft werden. Zudem könnte man ein gemeinsames Projekt mit der Schweiz überdenken, welches vor allem für die rätoromanische Bevölkerung äußerst interessant wäre. Einem derartigen internationalen Bürgersender sieht Günther Pallaver positiv entgegen:

„Ich könnte mir durchaus vorstellen, dass es mit Graubünden, welches ja ebenfalls eine Region mit ladinischer, rätoromanischer Bevölkerung ist, ein solches Drei-Länder-Projekt geben könnte, dass durchaus interessante Erfolge herbeiführen könnte, weil es eben auch eine Möglichkeit der Kommunikation mit den Ladinern in Südtirol, aber auch im Trentino bietet.“⁵¹⁷

513 Vgl.: RUNDFUNKANSTALT SÜDTIROL(RAS): Digitales terrestrisches Fernsehen DVB-T. Online im WWW unter URL: http://www.ras.bz.it/de/tv_radio/dvb.htm [Format: HTML; Stand: 9.2.2009].

514 Vgl.: MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO: Dipartimento delle comunicazioni. (Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung/Kommunikationsabteilung): TV Digitale. 10.09.2008. Online im WWW unter URL: http://www.comunicazioni.it/ministero/ufficio_stampa/comunicati_stampa/pagina186.html [Format: HTML; Stand: 9.2.2009].

515 PLATTNER, Georg: Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS). Interview am 30.10.2008 in Bozen.

516 Ebenda.

517 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

Schließlich soll an dieser Stelle noch die Möglichkeit eines Offenen Kanals via Internet angeschnitten werden. Dieser Verbreitungsweg wäre zweifelsohne der preiswerteste und vom technischen Standpunkt aus gesehen, wesentlich leichter umzusetzen, dennoch ist die Bild- und Tonqualität noch ziemlich schlecht und die Verwendung von schnellem Breitbandinternet in Südtirol noch sehr begrenzt. So könnten zur Zeit zwar 80% der Südtiroler Haushalte ADSL-Verbindungen erhalten, aber effektiv haben erst 15% der Haushalte Breitbandinternet installiert. Außerdem wäre das Zuschauerprofil unter den lediglich 19,9 % der SüdtirolerInnen, die täglich bzw. den 26 % die mindestens einmal in der Woche das Internet benutzen, vorwiegend begrenzt auf Schüler und Studenten (42,1 %).⁵¹⁸ Auch Georg Plattner sieht – trotz obengenannter Vorteile – die Verbreitung der Programme des Offenen Kanals via Internet noch nicht völlig ausgereift.

„Die Verbreitung über das Internet ist sicherlich einfacher. Da kann man den Beitrag nur ins Netz stellen und er ist jederzeit abrufbar. Es gibt natürlich noch keine Empfangsmöglichkeit über das Fernsehen. Die Verbreitung über Internet ist vom Qualitativen her sehr stark begrenzt, wenn man bedenkt, dass doch viele Haushalte noch nicht den schnellen Internetzugang haben, so werden die Programme immer auf einer geringeren Auflösung übertragen, als über die terrestrischen Sender.“⁵¹⁹

Resümierend kann man sagen, dass ein Offener Kanal via Internet günstig in der Umsetzung und Betrieb wäre und eine große (weltweite) Reichweite aufweisen würde. Ferner bietet das Internet, welches in den letzten Jahren ein immer wichtigeres Medium geworden ist und als viel verwendete Konvergenz (nicht jedoch Verdrängung) zu den klassischen Medien gesehen werden kann, vielfältige Interaktionsmöglichkeiten. Außerdem kann der/die RezipientIn aus einer großen Auswahl, jederzeit und überall, den von ihm/ihr gewünschten Beitrag („*video on demand*“) abrufen. Demzufolge sei die Idee eines Offenen Internetkanals nicht gänzlich ausgeschlossen, jedoch soll hier das Hauptaugenmerk weiterhin auf die Gründung eines Offenen Fernsehkanals gerichtet sein.

Allgemein gesprochen ist also die Realisierung eines Offenen Kanals in Südtirol, vom technischen Standpunkt aus gesehen, durchaus machbar. Die Digitalisierung des Rundfunks bietet dazu eine einmalige Chance. Die nötige Technik und Infrastruktur zur Ver-

518 Vgl.: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): PC- und Internetnutzung in den Südtiroler Haushalten. 2008. S.2ff. Online im WWW unter URL: http://www.provinz.bz.it/astat/de/haushalte-soziales-leben/510.asp?redas=yes&VerhaltenLebensstile_action=300&VerhaltenLebensstile_image_id=122066 [Format: PDF; Stand: 28.12.2008]

519 PLATTNER, Georg: Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS). Interview am 30.10.2008 in Bozen.

breitung und Empfang der Programme über DVB-T soll Ende 2009 erfolgen. Das Fazit des Direktors der Rundfunkanstalt Südtirol, Georg Plattner, lautet abschließend:

„Rein von technischer Seite ist alles möglich! Es kommt einmal auf die Sendeerlaubnis und auf die Übertragungskapazität an. Rein von der technischen Seite sehe ich die geringsten Probleme. Die größte Schwierigkeit wird sein – glaube ich – die Sendeerlaubnis zu erlangen. Und dann auch die gesamte Struktur zu finanzieren.“⁵²⁰

Eben dieser Frage soll das nächste Unterkapitel gewidmet sein.

10.1.1 Wirtschaftliche Machbarkeit

Allgemein betrachtet, konnte man in den letzten Jahren einerseits eine enorme Preissenkung im gesamten audiovisuellen Bereich feststellen. Sowohl Computer, als auch digitale Videokameras und Schnittsoftware sind leistungsfähiger, bedienungsfreundlicher und eben erschwinglicher geworden. Semi-professionellen Videokameras mit 3CCD-Chips, welche schon ab 3.000 Euro erhältlich sind, liefern sehr gute, überaus sendefähige Bilder und ein voll ausgestatteter Schnittplatz (inklusive Computer, Monitor und Software) kostet „nur mehr“ circa 4.000 Euro. Andererseits stellt die voll-digitale professionelle Studiotechnik (Regie, Kameras, „Bluebox“, Beleuchtung, Audio-technik, Ausstattung, Sendeserver, lokale Netzwerke etc.), die zwar ebenfalls billiger geworden ist, immer noch einen sehr kostenintensiven Bereich dar. Im Rahmen der Machbarkeitsstudie zum Wiener-Communitysender „OKTO“ schätzen die Autoren die Kosten für die gesamte **Infrastruktur** auf 810.493 Euro (Stand 2002, ohne Berücksichtigung der Umsatzsteuer). Im Einzelnen macht die Technik zur Verbreitung der Sendesignale („Broadcast-TV“) und die Archivierung bzw. der Senderserver („SAN“) mit 152.560 Euro, den größten Teil des Budgets aus. Die Studioproduktion wird mit 145.283 Euro und die baulichen Maßnahmen für Büros, Studio etc., samt Unterhalt und Verwaltung mit 142.500 budgetiert. Die Kosten für den EDV- und Telekommunikationsbereich betragen schließlich 94.005 Euro.⁵²¹

Ein weiterer Kostenfaktor besteht aus der **Wartung, Versicherung und Re-Investition** der gesamten technischen Geräte. Und schließlich muss das **Personal**, von der technischen Belegschaft, über den Medienassistenten bis hin zum Dienstpersonal in der Verwaltung, finanziert werden. Wenngleich in den öffentlich-rechtlichen, wie privaten

520 PLATTNER, Georg: Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS). Interview am 30.10.2008 in Bozen.

521 Vgl.: ALTENDORF, Alf: Finanzplan. Kalkulationen. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) /ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.127-147.

Fernsehsationen weitaus mehr Bedienstete benötigt werden, braucht es im Offenen Kanal ebenfalls ein Mindestmaß an (fixem) Personal. Die Machbarkeitsstudie von Johannes Schütz et. al. rechnet mit einem Durchschnitt von 13,5 MitarbeiterInnen, daraus ergeben sich Gesamtkosten von 474.717,90 Euro inklusive Personal für die Administration (Büro, Koordination), Produktion (Kamera, Ton, Licht, Grafik, Wartung), Programm (Programmkoordination, Betreuung), sowie Volontäre, freie Mitarbeiter und Praktikanten.⁵²²

In ihrer Kosteneinschätzung gehen Schütz et. al. von einem Anlaufbudget von 101.135 Euro, einem laufenden Etat von 810.000 Euro und von Fixkosten (Raum-, Verwaltungs-, Schulungs-, Programm-, Technik- und Sendekosten, sowie Ausgaben für Werbung/Marketing) in Höhe von 167.640 Euro aus.⁵²³

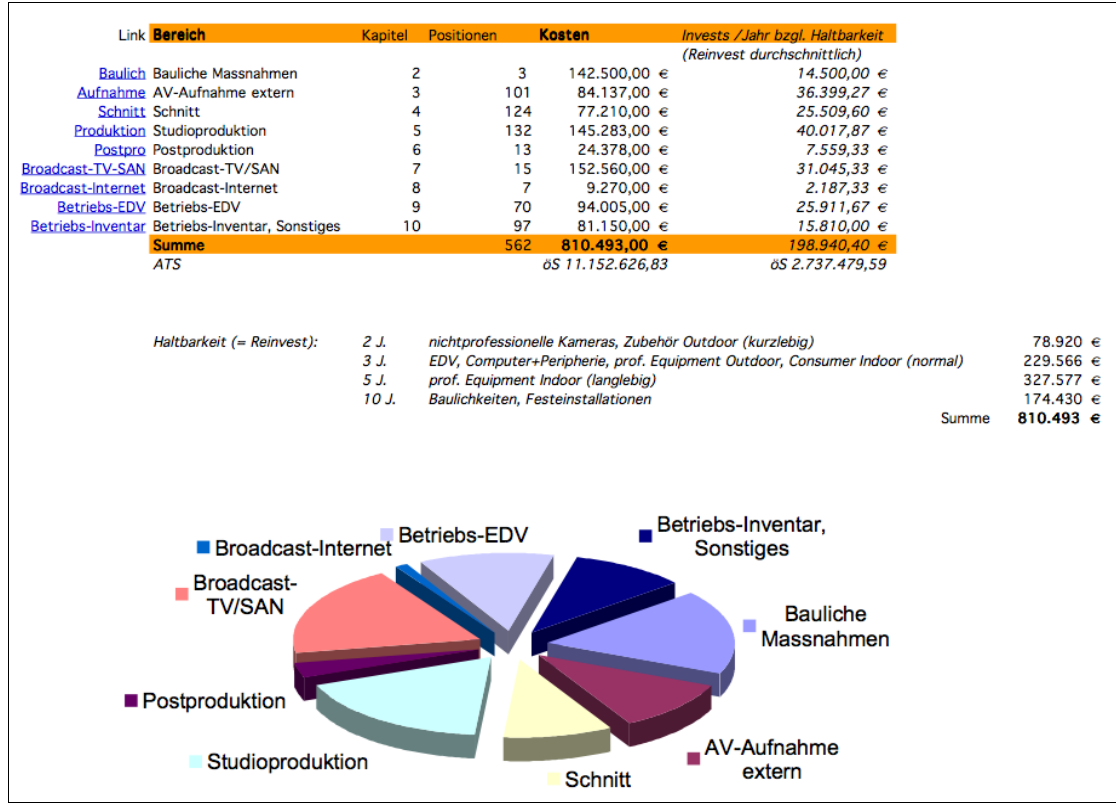


Abbildung 14: Infrastrukturgesamtkosten für den Wiener-Communitysender „OKTO“.

Im Experteninterview betont Johannes Schütz, dass ein Offener Fernsehkanal „[...] mit einem Budget von rund 1 Million Euro ausreichend dotiert sein [sollte, Anm. d. Verf.], wahrscheinlich kann man ihn heutzutage sogar mit 500.000 Euro umsetzen. Also als Startinvestition! Die jährlichen Investitionen müsste man natürlich anhand des konkreten Konzeptes und der Anzahl der Mitarbeiter detaillierter überprüfen. Aber es

522 Vgl.: Ebenda.

523 Vgl.: Ebenda.

sollte schon leistbar sein!^{524 525}

Wesentlich ist nun die Frage wie bzw. wer das Projekt finanzieren soll: entweder durch einen bestimmten Anteil der allgemeinen Rundfunkgebühren nach deutschem Vorbild, durch lokale, regionale und nationale Unterstützung oder durch Zuschüsse seitens der Europäischen Union. (Welche Finanzierungsmöglichkeiten noch angedacht werden können, kann in Kapitel 2.6 nachgelesen werden)

Das Europäische Parlament verweist, in dem bereits viel zitierten Bericht des CULT-Ausschusses, „[...] dass eine hohe Qualität der Bürgermedien von entscheidender Bedeutung ist, damit sie ihr Potenzial ausschöpfen können, und hebt die Tatsache hervor, dass es ohne angemessene Finanzmittel eine solche Qualität nicht geben kann“⁵²⁶ Ferner fordert das Parlament die einzelnen Bürgermedien dazu auf „[...] mehr Gebrauch von den Finanzierungsmöglichkeiten der Europäischen Gemeinschaft im Rahmen bestimmter Programme, wie Regionalentwicklungsfonds und Europäischer Sozialfonds [zu machen, *Amn. d. Verf.*] ; drängt jedoch darauf, dass die Finanzmittel hauptsächlich aus nationalen, lokalen und/oder sonstigen Quellen fließen müssen.“⁵²⁷

In diesem Zusammenhang erwähnt die Verfasserin des obengenannten Berichts, Karin Resetarits, ausdrücklich, dass lokale oder regionale Stellen, unter Bezugnahme des EU-Reports für die Finanzierung von Bürgermedien, aufzusuchen seien.

„Mein Initiativbericht ist ein Hinweis für regionale und nationale Behörden, dass das Europäische Parlament ausdrücklich die Förderung von Bürgermedien wünscht und unterstützt. Da dieser Bericht eine große Mehrheit gefunden hat, sollte er von den Mitgliedsstaaten mit entsprechendem Respekt studiert und umgesetzt werden. Einen speziellen europäischen Fördertopf für Bürgermedien gibt es nicht. Es gibt aber immer wieder Ausschreibungen, die Mehrsprachigkeit fördern oder interkulturellen Dialog, etc. Hier sollte man als Offener Kanal ansetzen. [...] Wesentlich aber ist ein guter Kontakt zu den entsprechenden Behörden in Südtirol. Bitte weisen Sie auch auf den Bericht des Europäischen Parlaments hin. Genau dafür wurde er verfasst.“⁵²⁸

524 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

525 Demgegenüber schätzt Georg Plattner, Direktor der RAS, die Kosten für einen Offenen Kanal höher ein. „Bei der Ausstattung des Sendestudio kann man sich zwischen einigen bis zu „zig“ Millionen Euro bewegen. Aber ich würde mal schätzen, je nach Ausstattung, zwischen 1 ½ und 3 Millionen Euro. Dann muss man natürlich die Räumlichkeiten für das Sendestudio haben. Und die Programmzuspielung mittels Richtfunk machen circa 300.000 Euro aus. Die weiteren Betriebskosten sind natürlich abhängig von der Größe der Struktur.“ PLATTNER, Georg: Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS). Interview am 30.10.2008 in Bozen.

526 RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008]

527 Ebenda.

528 RESETARITS, Karin: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 28.11.2008.

Die finanzielle Hilfen von der EU sollen also in erster Linie als komplementäre Förderungen⁵²⁹ gedacht werden. Primär sollen Gelder für die Finanzierung eines Offenen Kanals aus lokalen Fördertöpfen lukriert werden. Grundsätzlich ist die Förderung kultureller Tätigkeiten der Provinz Bozen-Südtirol im Landesgesetz Nr.7 vom 29.10.1958 explizit festgehalten.

„Zur Förderung und Unterstützung kultureller oder künstlerischer Vorhaben, Initiativen und Veranstaltungen gemäß den Artikeln 1 und 2 ist die Landesregierung ermächtigt, jenen Körperschaften, Stiftungen, Vereinigungen und Komitees, die ihren Sitz in Südtirol haben, satzungsgemäß ausschließlich oder überwiegend kulturell oder künstlerisch tätig sind und keine Gewinnabsichten verfolgen, Finanzierungen zu gewähren.“⁵³⁰

Auch die Südtiroler Volkspartei bekräftigt in ihrem Grundsatzprogramm, dass es notwendig, dass „[...] Kulturpolitik alle kulturellen und schöpferischen Initiativen in den verschiedensten Bereichen fördert. [...] Aufgabe der öffentlichen Hand auf Landes- und Gemeindeebene muss es sein, die notwendigen Infrastrukturen für kulturelles und schöpferisches Tun zu schaffen und zu erhalten bzw. eine Kontinuität in der Bereitstellung der Geldmittel zu gewährleisten [...] Darüber hinaus wird es ein Anliegen der Kulturpolitik der Südtiroler Volkspartei sein, Zusammenarbeit und Austausch im regionalen Rahmen mit anderen Volksgruppen [...] zu fördern.“⁵³¹

Da ein Offener Fernsehkanal mit Sitz in Südtirol, sowohl gemeinnützig, nicht-kommerziell und künstlerisch-kulturell konzipiert, als auch auf Zusammenarbeit und Austausch mit den drei Sprachgruppen ausgerichtet wäre, dürften die wichtigsten Kriterien für eine Finanzierung und Unterstützung von der Provinz Bozen-Südtirol gewährleistet sein. Vor diesem Hintergrund müsste es durchaus möglich sein, auf Teile

529 Auch Johannes Schütz vertritt die Meinung, dass EU-Beiträge lediglich als zusätzliche Förderung angesehen werden sollen. „Was die Erfahrungen mit EU-Förderungen betrifft: das ist gut wenn man das machen kann. Natürlich gibt es Modelle die gerade für Südtirol, meines Erachtens, sehr in Frage kommen [...] Aber die EU-Förderungen, aus eigener Erfahrung und ich hab das auch von anderen gehört, können es immer nur wirkliche ergänzende Förderungen sein. Man kann sonst in finanzielle Schwierigkeiten kommen, weil man erst im Nachhinein finanziert wird, für die Bankzinsen muss man selbst aufkommen, das kann sich sehr lang hinaus ziehen, bis auch nach Abgabe der Projektbeschreibung, Dokumentation, Abrechnung, bis dann die Auszahlung erfolgt. Das wird auch unter Umständen nicht zu 100% ausgezahlt oder 10% weniger. Das ist durchaus üblich wie ich gehört habe, zumindest bei manchen Förderprojektprogrammen.“ SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

530 Südtiroler Landesgesetz: Förderung kultureller Tätigkeiten. Nr. 7, Artikel 3, Absatz 1. 1958. Online im WWW unter URL: <http://lexbrowser.provinz.bz.it/lexbrowser/lgbzp/getlex.asp?lex=lg-1958-7> [Format: HTML; Stand: 13.2.2009].

531 Vgl.: SÜDTIROLER VOLKSPARTEI (SVP): Grundsatzprogramm. Teil 1. Artikel 8. 1993. Online im WWW unter URL: <http://www.svpartei.org/de/politik/grundsatzprogramm/8.html> [Format: HTML; Stand: 11.12.2008].

des im Haushaltsplan der Autonomen Provinz 2008 vorgesehenen Gesamtbudgets für Bildung und Kultur von 721,3 Millionen Euro, zuzugreifen.⁵³² (Siehe Abbildung 15)

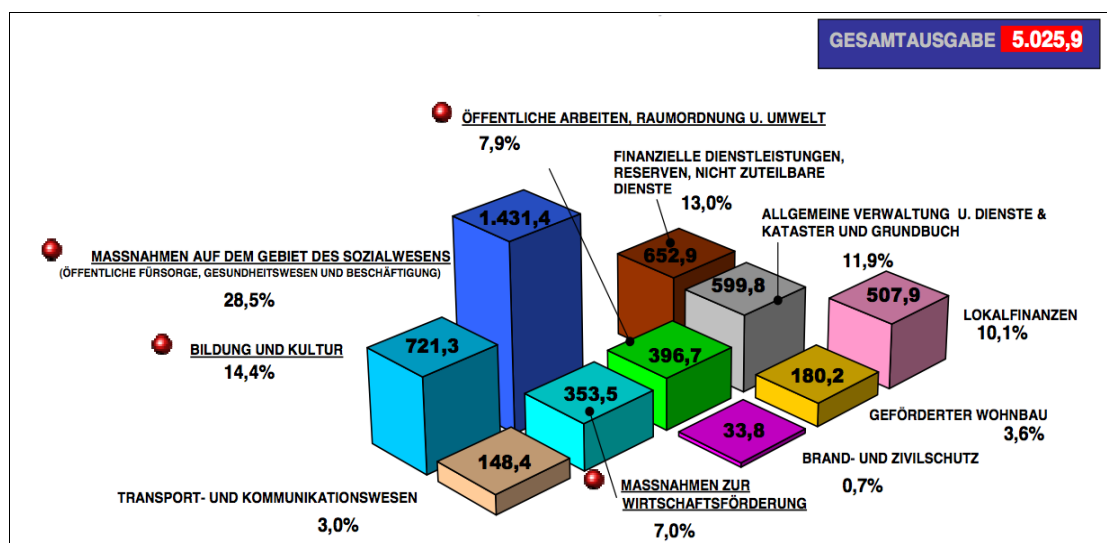


Abbildung 15: Haushaltplan für die Autonome Provinz Bozen-Südtirol für das Jahr 2008. Aufteilung der Ausgaben nach Funktionen (in Millionen Euro).

Neben den obengenannten Ämtern, könnte ferner bei Organisationen, Institutionen, Stiftungen und Vereinen um finanzielle Unterstützung angefragt werden. Diesbezüglich soll hier noch exemplarisch auf die Stiftung der Südtiroler Sparkasse hingewiesen werden. Diese fördert vornehmlich den Kunst- und Kulturbereich (so flossen 42,10% der Gesamtfördermittel 2007 in diesen Sektor) und unterstützt vornehmlich gemeinnützige und nicht-kommerzielle Projekte. „Dabei werden unter Berücksichtigung der verschiedenen Bedürfnisse unseres Landes, Projekte und Initiativen gefördert, die innovativ, wertvoll, gesellschaftlich relevant sowie in ihrer Wirkung nachhaltig sind.“⁵³³ Als Kriterien für die Vergabe von Fördermittel gelten u.a. die angemessene Ausgewogenheit zwischen Kosten und Nutzen, sowie die Berücksichtigung aller drei im Lande lebenden Sprachgruppen.⁵³⁴

Obwohl diese zusätzliche Finanzierungsmöglichkeit in Betracht gezogen werden kann, sei hier schließlich nochmals darauf hingewiesen, dass die Förderung durch (private) Institutionen, Vereine, Organisationen etc. aus Kultur, Politik und Wirtschaft

532 Vgl: AUTONOME PROVINZ BOZEN. Abteilung für Finanzen und Haushalt: Haushaltplan 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.provinz.bz.it/finanzen-haushalt/download/bilancio2008-DE.pdf> [Format: HTML; Stand: 13.2.2009].

533 STIFTUNG SÜDTIROLER SPARKASSE: Förderbereiche. Online im WWW unter URL: <http://www.stiftungsparkasse.it/ATHENA/WEB/Job.Asp?T=TEXT&ID=16> [Format: HTML; Stand: 13.2.2009].

534 Vgl.: STIFTUNG SÜDTIROLER SPARKASSE: Förderbereiche. Online im WWW unter URL: <http://www.stiftungsparkasse.it/ATHENA/WEB/Job.Asp?T=TEXT&ID=16> [Format: HTML; Stand: 13.2.2009].

keinesfalls die Unabhängigkeit und Unparteilichkeit des Offenen Kanals beeinträchtigen darf. Es muss sichergestellt werden, dass die Investoren keinen Einfluss jeglicher Art auf den Sender üben können.

Resümierend kann man nun feststellen, dass ein Offener Fernsehkanal gute Chancen für eine finanzielle Unterstützung vorweisen kann, dennoch müssten die verschiedenen Fördermöglichkeiten im Einzelnen im Rahmen einer Machbarkeitsstudie weiter überprüft werden. Das Problem der Finanzierung sieht der Südtiroler Politikwissenschaftler Günther Pallaver recht positiv⁵³⁵, schwieriger wird es einen politischen Willen und Konsens zwischen den einzelnen Parteien und Sprachgruppen zu erreichen. Auf diesen Aspekt soll im nächsten Unterkapitel näher eingegangen werden.

„Ich gehe einmal davon aus, dass die öffentliche Hand, wie jede andere kulturelle Initiative, auch solche Initiativen medialer Art finanzieren sollte, finanzieren müsste! Man muss sehen ob der politische Wille hier herrscht, das zu tun. Das Problem ist an wen wendet man sich, wenn es ein Offener Kanal ist, der allen Sprachgruppen in diesem Lande dienen soll. Dann widerspricht es der Logik der ethnischen Trennung oder der ethnischen Finanzierungstöpfen. An wen wendet man sich, an die deutschen, italienischen oder ladinischen Finanzierungstöpfen? Das müsste geklärt werden. Aber dies müsste auch überwindbar sein, weil es im Land in der Zwischenzeit mehrsprachige Vereine gibt, die einen spezifischen mehrsprachigen Topf angehen können. Also man müsste hier die Ärmel hochkrempeln, initiativ werden und alle Chancen nutzen, die das Land hat! Und ich nehme an, dass es am Geld nicht scheitern dürfte.“⁵³⁶

10.1.3 Politische Rahmenbedingungen

Erfolg oder Misserfolg des Projekts hängt zum einen maßgeblich vom politischen Willen auf lokaler Ebene und zum anderen von den Gesetzesgrundlagen auf nationaler Ebene ab. Wie im Abschnitt über die Mediensituation in Italien (Kapitel 4.4) ersichtlich, sind Bürgermedien hierzulande rechtlich nicht anerkannt (obwohl sie gemäß Artikel 21 der italienischen Verfassung legitimiert und im Urteil zum Telestreetsender „Disco Volante“ vom Gericht in Ancona für rechtens erklärt wurden⁵³⁷) und werden daher nicht – wie von der EU gefordert – staatlich unterstützt.

535 Auch Stephan Lausch, Koordinator der Initiative für mehr Demokratie, sieht das Problem der Finanzierung als lösbar. „Die finanzielle Frage ist dort, wo die Zeit und die Sache reif sind, wenn auch nicht einfach zu lösen, so doch zweitrangig: die finanziellen Möglichkeiten finden sich.“ LAUSCH, Stefan: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 8.10.2008.

536 PALLAVER, Günther: Univ.prof. für Politikwissenschaft, Autor und Journalist. Interview am 06.11.2008 in Bozen.

537 Vgl.: THE INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE: 'Street TV'persists as it fights Rome. 2005. Online im WWW unter URL: <http://www.iht.com/articles/2005/10/23/business/tv24.php> [Format:

Da Bürgermedien im bestehenden dualen Mediensystems Italiens nicht vorgesehen sind, müsste – wie dies der Südtiroler SVP-Politiker und Vertreter des römischen Senats Oskar Petterlini richtigerweise bekräftigt – zuallererst die Politik „[...] die Rahmenbedingungen setzen, die wohl kaum auf Südtirol allein beschränkt sein können, sondern einer internationalen Regelung bedürfen, zumindest einer staatlichen.“⁵³⁸

Nachdem mit der Ratifizierung des wegweisenden Berichts über die „gemeinnützigen Bürger- und Alternativmedien in Europa“ durch das Europäische Parlament, eine länderübergreifende Regelung und Förderung initiiert wurde, müsste als nächster Schritt politischer Druck auf Rom ausgeübt werden, um eine Änderung der bestehenden Gesetze zu erreichen. Laut obengenanntem Bericht „[...] sollten die Mitgliedstaaten von der Möglichkeit Gebrauch machen, „*must carry*“-Verpflichtungen in ihren nationalen Rechtsvorschriften unter Einbeziehung der Bürgermedien [...] definieren.“⁵³⁹ Die „*must carry*“-Regelung sieht vor, dass der Gesetzgeber bestimmte Programme festlegen kann, die der Rundfunkbetreiber verpflichtend ausstrahlen muss. Obwohl es, wie erwähnt, bereits positive Bestrebungen zur Sicherung und Förderung von Bürgermedien seitens der EU zu erkennen sind, scheint es diffizil zu sein, diese auch auf nationaler Ebene rechtlich durchzusetzen. Diese Befürchtung bestätigt auch der EU-Parlamentarier und Direktor des Athesiaverlages, Michl Ebner.

„Die Einführung nicht kommerzieller Medien- unabhängig von lokaler Macht erscheint mir derzeit als sehr schwierig, aber nicht unmöglich. Die EU hat den notwendigen Input gegeben und wird weiter daran arbeiten, die Medienlandschaft der Mitgliederstaaten im Sinne dieses sozialen Projekts der demokratischen Beteiligung und der Bürger an den Medien zu beeinflussen. [...] Der Status quo in Italiens Medienlandschaft lässt aber die Hoffnung auf eine reelle Möglichkeit diese Idee der Bürgermedien umzusetzen kleiner werden.“⁵⁴⁰

Ein weiteres Problem stellt die Gefahr vor einer zu großen politischen Abhängigkeit auf lokaler Ebene dar. Die politische Unabhängigkeit der Struktur und der handelnden Akteure⁵⁴¹, ist Grundbedingung für einen funktionierenden Offenen Kanal, doch dies ist besonders in Südtirol äußerst schwierig zu gewährleisten. Auch Thomas

HTML; Stand: 4.11.2008].

538 PETTERLINI, Oskar: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 9.10.2008.

539 RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0/DE> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

540 EBNER, Michl: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 28.1.2009.

541 Vgl.: DIE GRÜNEN WIEN: 23 grünrote Projekte für Wien. Online im WWW unter URL: http://archiv.wien.gruene.at/23_gruene_projekte/kultur.html [Format: HTML; Stand: 5.10.2008].

Brancaglione, Mitarbeiter von „Radio Tandem“, dem ersten und einzigen Bürgerradio Südtirols, betont die Wichtigkeit oder vielmehr Notwendigkeit der politischen und finanziellen Eigenständigkeit. Demnach muss ein Bürgerfernsehsender notgedrungen apolitisch/unparteilich und somit wirtschaftlich unabhängig sein. Aber wenn man in Südtirol keiner Partei, Bewegung oder der Kirche zugehört, dann hat man meist nicht die notwendige Finanzierung, um unabhängig zu bleiben.⁵⁴²

Eine ausreichende Budgetierung, die Sicherung vor zu viel Macht und Einfluss auf den Offenen Kanal seitens der Politik, sowie eine hinreichende Transparenz der Organisation, Zuständigkeiten und Finanzierung sind essentielle Faktoren für den Erfolg eines Offenen Kanals, auf denen besonders (in Südtirol) geachtet werden muss.

Schließlich sei hier noch darauf hingewiesen, dass in der Planungs- und Vorbereitungsphase notwendigerweise mit diversen Gruppen und verschiedenen politischen Parteien Kontakt aufgenommen und nach Unterstützung gesucht werden muss, ohne sich dabei einer Partei von vornherein zu entziehen. So schlägt auch Johannes Schütz eine größtmögliche politische Ausgewogenheit vor.

„Um was politisch durchzusetzen, muss man eine gewisse kritische Zahl an Befürwortern, an gesellschaftlich relevanten Gruppen, finden. [...] Also ich würde mal abschätzen es reicht, wenn es circa 50 relevante Gruppen gibt, aus verschiedenen Bereichen, aus verschiedenen politischen Gruppierungen. Man sollte sicher nicht nur in eine politische Richtung gehen, sondern ein Offener Fernsehkanal sollte auch offen sein in Richtung einer politischen Ausgewogenheit.“⁵⁴³

Abschließend muss festgestellt werden, dass einerseits die politischen bzw. rechtlichen Rahmenbedingungen für die Schaffung eines Offenen Kanals auf nationaler Ebene noch nicht gegeben sind; andererseits wird die Zukunft zeigen, inwieweit der Initiativbericht des Europäischen Parlaments, sowie allgemein die Europäische Union dazu beitragen kann, Italien aufzufordern, ihre Mediensituation im Allgemeinen zu verbessern und Bürgermedien im Speziellen anzuerkennen, sowie finanziell zu unterstützen. Auf lokaler Ebene müsste weiter überprüft werden, inwieweit ein politischer Wille und Konsens zur Umsetzung eines sprachen- und ethnienübergreifenden Offenen Kanals konkret zu erreichen sei. Dies könnte sich, da

542 „una tv dei cittadini deve per forza essere apolitica/apartitica e quindi indipendente economicamente, ma sappiamo bene che in alto adige se non sai apparentato a qualche partito/movimento/santo non hai i finanziamenti necessari per rimanere indipendentemente [...] Vgl.: BRANCAGLIONE, Thomas: Stellungnahme zu einem Offenen Kanal in Südtirol. Mail vom 22.10.2008.

543 SCHÜTZ, Johannes: Obmann des Arbeiterkreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ). Interview am 14.10.2008 in Wien.

das Projekt dem Prinzip der ethnischen Trennung widerspricht, als äußerst schwierige und langwierige Herausforderung erweisen. Dennoch darf auf Grund der vom Verfasser der Arbeit eingeholten, zahlreichen und vielversprechenden Stellungnahmen, sowie Unterstützungserklärungen verschiedener (lokaler, nationaler und internationaler) Parteien, Institutionen und Organisationen, durchaus gehofft werden, dass dieses überaus bedeutsame und seit Jahrzehnten weltweit erfolgreich praktizierte, demokratische Projekt auch in Südtirol irgendwann Realität werden kann.

11. CONCLUSIO

Im Rahmen dieser Diplomarbeit wurden nachstehende Themenbereiche ausgiebig behandelt und dabei haben sich folgende Ergebnisse und Thesen herauskristallisiert, die es nun zu rekapitulieren gilt. In dieser Arbeit wurde versucht, (1) die wesentlichen **Merkmale** und **Charakteristiken** von Bürgermedien in all ihren Ausprägungen (Communitychannels, Bürgerrundfunk, PEG-Channels, Aus-, Fort- und Erprobungskanäle) im Allgemeinen, sowie von Offenen Kanälen im Speziellen zu beleuchten und diese von den klassischen Medien, dem öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk, abzugrenzen. Die zentralen Kennzeichen von Offenen Kanälen sind: Nicht-Kommerzialität, grundsätzliche Werbefreiheit, Zugangsoffenheit bzw. gleichberechtigte Partizipationsmöglichkeiten, weitgehende Unabhängigkeit (von Wirtschaft und Politik), Lokalität, Zensurfreiheit und ihr gemeinnütziger Charakter im Dienste der jeweiligen Gemeinde. Ferner wurden (2) die verschiedenen **Organisations-** und **Finanzierungsformen** (als eingetragener Verein, als gemeinnützige GmbH, als eigenständige Körperschaft des öffentlichen Rechts oder in Trägerschaft der jeweiligen Landesmedienanstalt) und (3) die unterschiedlichen **Personal-** und **Programmstrukturen** („Prinzip der Schlange“ oder Programmschema mit festen Sendeplätzen, Themenabende etc.) von Offenen Kanälen analysiert. Schließlich wurden (4) die vielfältigen **Funktionen** von Offenen Kanälen ausgearbeitet und anhand diverser, offiziell anerkannter Dokumente (wie die Definition der EOK, die Berlin Deklaration, die „7 Thesen von Kleinich“ und der Bericht über „gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa“ des EU-Ausschusses für Kultur und Bildung), mit Hilfe der zahlreichen Experteninterviews und am Beispiel internationaler Bürgermedien, untermauert. Besonders die Projekte „Telile TV“, „Mosaik/Euroclick“ und der Offene Kanal in Ostbelgien, welche nachweislich einen signifikanten (Mehr-)Wert für die dortige „Community“ darstellen, konnten wichtige Erkenntnisse für einen Offenen Kanal in Südtirol liefern. Anhand obengenannter Bürgermedien, die sich in einem mit Südtirol vergleichbaren Gebiet bzw. Kontext befinden und auf Grundlage der mannigfaltigen Literatur, sowie der diversen Experteninterviews, konnte die These verifiziert werden, dass ein multilingualer, interkultureller Offener Kanal allgemein wichtige demokratische, soziale, kulturelle, politische, medienpädagogische, friedens- und identitätsstiftende Funktionen für die mehrsprachige, multikulturelle Autonome Provinz Bozen-Südtirol, einnehmen könnte. (**Hypothese 1**)

Unter Berufung auf die Aussagen der/die von mir befragten ExpertInnen und auf Basis der vorhandenen Quellen über die Funktionen von Bürgermedien, konnte dem Offenen Kanal in Südtirol eine wesentliche vermittelnde, harmonisierende und integrative Rolle zwischen den verschiedenen, ethnisch getrennten Sprachgruppen in diesem Gebiet zugesprochen werden. Demnach könnte eine derartige multilinguale und interkulturelle Initiative als (gemeinsamer) Ort der Begegnung und Kommunikation, als Bindeglied bzw. als Brücke zwischen den verschiedenen Sprachgruppen einen bedeutsamen Beitrag zum interkulturellen Dialog, zur Schaffung von Toleranz, Vertrauen und Verständnis, sowie zum Abbau von Vorurteilen, Stereotypen und Ressentiments zwischen den verschiedenen Sprachgruppen leisten. (**Hypothese 2**)

Als zweiter großer Themenschwerpunkt dieser Arbeit wurde zum einen unter Zuhilfenahme der Theorien der Cultural Studies und zum anderen anhand der Experteninterviews, sowie der vorhandenen Literatur, (5) eine kritische Analyse der Gesellschaft, Kultur, Politik und Medien in der zwei- bzw. dreisprachigen Autonomen Provinz Bozen-Südtirol durchgeführt. Das politische System in Südtirol kann demnach als **Konkordanzdemokratie**, die den politischen Wettbewerb und das Mehrheitsprinzip zu reduzieren und die Kooperation verschiedener Parteien (Konsens in der politischen Führung) zu fördern versucht, definiert werden.⁵⁴⁴ Die Grundlage des Zusammenleben der drei gleichberechtigten Sprachgruppen bildet das **Autonomiestatut**, welches der Provinz weitreichende (Verwaltungs-)Kompetenzen, finanzielle Unterstützung und den Schutz der deutsch- und ladinischsprachigen Minderheit gewährt.⁵⁴⁵ Die Verteilung der Macht in Südtirol ist, um möglichst keine Sprachgruppe zu benachteiligen, durch den **ethnischen Proporz** geregelt. So können sich alle Sprachgruppen an der Regierungsmacht beteiligen (Inklusion aller Sprachgruppen) und alle besitzen ein Vetorecht, um ihre zentralen Interessen zu verteidigen.⁵⁴⁶ Die zahlenmäßige Stärke bzw. das Verhältnis der beiden Sprachgruppen wird durch die, im zehn Jahres-Rythmus durchgeführte Volkszählung festgestellt. Hierbei muss sich jede(r) BürgerIn Südtirols zu einer der drei Sprachgruppen

544 Vgl.: PALLAVER, Günther: Südtirols Konkordanzdemokratie. S.527-536. Online im WWW unter URL: http://www.uibk.ac.at/politikwissenschaft/mitarbeiterinnen/pallaver/pdf/pallaver_527-555_tedesco.pdf [Format: PDF; Stand: 11.12.2008].

545 Vgl: SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. S.30 ; S.50-54. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

546 Vgl.: PALLAVER, Günther: Südtirols Konkordanzdemokratie. S.527f. Online im WWW unter URL: http://www.uibk.ac.at/politikwissenschaft/mitarbeiterinnen/pallaver/pdf/pallaver_527-555_tedesco.pdf [Format: PDF; Stand: 11.12.2008].

bekennen. Die **Sprachgruppenzugehörigkeitserklärung** konnte als wichtiger identitätsstiftender Faktor, sozusagen als offizielles „Bekenntnis“ zur eigenen Gemeinschaft, in Abgrenzung zur jeweils anderen Gruppen, gewertet werden.

Während auf politischer Ebene Kooperation zwischen den VertreterInnen der jeweiligen Parteien herrscht, gibt es in der Zivilgesellschaft eine ethnische Trennung.⁵⁴⁷ Diese ethnisch fragmentierte Gesellschaft und das ethnisch getrennte Bildungs-, Medien-, Politik- und Kulturwesen wurde dabei durch eine strikte und dauerhafte **Politik der Trennung** der herrschenden Partei SVP etabliert und gefestigt. Dieses System, welches von der Mehrheit der Bevölkerung als normal hingenommen und akzeptiert wird, hat zwar nach Jahrzehnten der Unterdrückung und gewalttätiger Anfeindungen, Frieden und Stabilität gebracht, aber zugleich ein striktes **Nebeneinander** der Sprachgruppen evoziert. Die Folge dieser Politik ist eine Spaltung der Südtiroler Gesellschaft in getrennte **Subgesellschaften**. Das Internalisieren dieser (ethnisch fragmentierten) Realität wird von Kindheit an durch getrennte Schulen, Vereine etc. gelernt und mit der Zeit großteils (unhinterfragt) anerkannt. Dabei wird der *status quo* und die „Notwendigkeit“ dieser Gesellschaftsordnung von der Politik, wie von den Medien durch eine dauerhafte Konstruktion und (Über-)betonung des ethno-politischen Diskurses legitimiert bzw. gesichert. Das (früher legitime) Argument nur durch eine derartige Trennungspolitik, die deutschsprachige und ladinische Kultur, Identität und Sprache schützen zu können, wird auch heute noch erfolgreich ausgenutzt. Es konnte schließlich festgestellt werden, dass sich immer noch, obwohl es kein explizites Gegeneinander mehr gibt, zwei kompakte und festgefahrene Pole (um nicht zuzusagen Parallelwelten) gegenüberstehen, die teilweise nach wie vor von alten, tiefsitzenden Ressentiments, Ängsten und Stereotypen bedingt sind.⁵⁴⁸

Innerhalb der einzelnen Sprachgruppen gab es stets eine recht große **Geschlossenheit**, die es den politischen Kräften ermöglichte, ihre politischen Ziele mit Unterstützung ihrer Gemeinschaft zu verfolgen. In der deutschen (und ladinischen) Sprachgruppe ist diese Kompaktheit stärker existent, als innerhalb der italienischen Gemeinschaft, die sich schon aufgrund ihrer Einwanderung aus unterschiedlichen Teilen Italiens begründen lässt. Der starke innere Zusammenhalt und die

547 Vgl.: Ebenda., S.532.

548 Vgl.: PALLAVER, Günther: Südtirols Konkordanzdemokratie. Online im WWW unter URL: http://www.uibk.ac.at/politikwissenschaft/mitarbeiterinnen/pallaver/pdf/pallaver_527-555_tedesco.pdf [Format: PDF; Stand: 11.12.2008]. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.281-290.

Identifikation mit der eigenen Kultur und Sprache (in Abgrenzung zur anderen Sprachgruppe) wurde und wird nach wie vor – vornehmlich von der ländlichen, deutschsprachigen Bevölkerung – über die intensive Ausübung und das öffentliche zur Schau stellen von Traditionen, Sitten, Bräuche etc. gepflegt bzw. gestärkt. Die sprachgruppenspezifische Identität und das Bewusstsein für die eigene Kultur, Geschichte, Sprache etc. ist ein wesentlicher Bestandteil für alle Sprachgruppen.⁵⁴⁹

Unter den italienischsprachigen SüdtirolerInnen ist, besonders wegen des starken katholischen Substrats, eine relativ stabile, wenngleich nicht so homogene Gefolgschaft zu erkennen. Zur Aufrechterhaltung dieser Geschlossenheit dient vornehmlich die ethnische Trennungspolitik, die eine Stärkung der jeweils eigenen Gruppe abzielt(e). Laut Pallaver wurden schließlich die Konflikte innerhalb der Sprachgruppe erfolgreich in Spannungs- und Konkurrenzverhältnisse gegenüber der jeweils anderen Gemeinschaft umgewandelt.⁵⁵⁰

Dieses (offene, wie versteckt ausgetragene) ethnische Tauziehen – in dieser Arbeit in Anlehnung an den Politiker Alexander Langer als „**Südtiroler Pendel**“ bezeichnet, welches sich in den letzten Jahrzehnten stärker zur deutschen Sprachgruppe, als dominante Kraft in Südtirol, hin bewegte – wird durch große Teile der Politik und der Medien gefördert. Die ethnisch getrennten **Medien**, allen voran die Tageszeitungen „Dolomiten“ und „Alto Adige“, sind wichtige Instrumente in diesem Kampf um Hegemonie. Auffallend ist ferner, dass sich die SüdtirolerInnen vorwiegend über Medien der eigenen Sprache informieren, obwohl alle über mehr oder weniger gute Zweitsprachenkenntnisse verfügen. Demnach bekommt der Großteil der Bevölkerung einseitige, meist verzerrte Informationen, die sich in Form, Inhalt und Gewichtung meist sehr deutlich voneinander differenzieren. Durch diese Art des Berichtens wird nicht nur (un-)bewusst das Prinzip der ethnischen Trennung und der Unvereinbarkeit beider Gruppen gestärkt, sondern somit (re)konstruieren bestimmte Medien wissentlich ethnische Mauern, festigen Stereotypen und unterstreichen die gegenseitigen Unterschiede.

549 Vgl.: PALLAVER, Günther: Südtirols Konkordanzdemokratie. S.537. Online im WWW unter URL: http://www.uibk.ac.at/politikwissenschaft/mitarbeiterinnen/pallaver/pdf/pallaver_527-555_tedes-co.pdf [Format: PDF; Stand: 11.12.2008]. Vgl. dazu auch: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996. S.137-186 ; S.195 ; S.281-290.

550 Vgl.: PALLAVER, Günther: Südtirols Konkordanzdemokratie. S.537. Online im WWW unter URL: http://www.uibk.ac.at/politikwissenschaft/mitarbeiterinnen/pallaver/pdf/pallaver_527-555_tedes-co.pdf [Format: PDF; Stand: 11.12.2008].

In diesem Zusammenhang, konnte mit aller Vorsicht die These, verifiziert werden, dass ein multikultureller, interethnischer Offener Kanal, der seit Jahrzehnten betriebenen Politik der ethnischen Trennung bzw. dem ethnisch getrennten Mediensystem entgegenwirken, ein Gegengewicht zum einseitigen, sowie ethnisch gefärbten Berichterstattung darstellen und gegebenenfalls zur Bildung einer gemeinsamen, über ethnische und sprachliche Grenzen hinausgehende Identität beitragen kann. **(Hypothese 3)**

Ferner konnte in dieser Arbeit (6) eine mächtige Synergie zwischen der SVP und der parteikonformen „Dolomiten“ ausgemacht werden: sie stellen ein umfassendes und einflussreiches **Medien-, Meinungs- und Machtmonopol** dar, welche echte politische, wie mediale Alternativprojekte nicht oder nur kaum zulässt. Im Hinblick auf die Demokratie, dem Meinungs- und Medienpluralismus, sowie der gesellschaftlichen Partizipations- und Artikulationsmöglichkeiten in Südtirol, konnten schwerwiegende Defizite nachgewiesen werden. Diesbezüglich könnte ein Offener Kanal wichtige Verbesserungen einleiten: so könnte ein derartiger Sender das Recht auf Rede- und Meinungsfreiheit garantieren, den Pluralismus fördern, sowie die Partizipation am gesellschaftlichen Diskurs qua Medien gewähren und als Plattform für unabhängige, basis-demokratische Kommunikation fungieren. Demnach kann auch **Hypothese 4** bestätigt werden:

Ein Offener Fernsehkanal in Südtirol kann ein signifikantes Gegengewicht zum prädominierenden medialen Diskurs, welcher seit Jahrzehnten vom Medien- und Macht-Komplex der Südtiroler Volkspartei (SVP) und des Verlagshauses „Athesia“ diktiert wird, darstellen und als zugangsoffene, unabhängige und basisdemokratische Plattform der hohen Meinungs- und Medienkonzentration entgegentreten. Eine derartige Initiative könnte zum Meinungs- und Medienpluralismus, sowie zur medialen Partizipation und Artikulation aller BürgerInnen der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol beitragen.

Schließlich konnte (7) bezüglich der technischen-, finanziellen-, sowie politischen-Voraussetzungen zur Umsetzung eines Offenen Fernsehkanals in Südtirol, auf Grundlage der diversen Experteninterviews und mit Hilfe der „Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien“ von Johannes Schütz et. al., folgendes festgestellt werden: Die Realisierung eines derartigen Projekts ist aus **technischer Sicht** durchwegs möglich. Obwohl die notwendige Infrastruktur erst errichtet, die erforderliche Technik zur Produktion und Distribution der Sendungen (Videokameras, Computer, EDV- Technik, Studio- und Übertragungsequipment etc.) angeschafft und eine Sendeerlaubnis genehmigt werden muss, sind die technischen Schwierigkeiten überwindbar. Besonders die Digitalisierung des Rundfunks, die Ende 2009 in Südtirol erfolgen soll, kann als wichtige Chance zur Gründung eines Offenen Kanals gesehen werden. Die Einführung von DVB-T stellt nicht nur einen qualitativ hochwertigen und recht einfachen Weg zur Übertragung der Programme in einem kleinen Gebiet dar, sondern dadurch wird auch das Problem der Frequenzknappheit im analogen Rundfunk beseitigt. Ferner konnte die Verwendung des so genannten „Zweikanaltons“ bestätigt werden. Dieser würde zwar einen technischen-, finanziellen- und zeitlichen Mehraufwand darstellen, jedoch ist diese Technik zur Gewährleistung der zweisprachigen Ausrichtung des Senders unerlässlich und somit dringend zu empfehlen, um die Funktionen eines multikulturellen und interethnischen Offenen Kanals voll auszuschöpfen. Des Weiteren kann die Umsetzung eines Offenen Kanals via Internet als kostengünstige Alternative angedacht, aber aufgrund der relativ niedrigen Nutzung des Internets in Südtirol im Allgemeinen und der geringen Verbreitung von Breitbandinternet im Besonderen, sowie der immer noch ziemlich schlechten Bild- und Tonqualität, als untergeordnete Lösung angesehen werden. Schließlich kann aufgrund der verschiedenen Gespräche, Stellungnahmen und Experteninterviews davon ausgegangen werden, dass von Seiten der zahlreichen europäischen Bürgermedien, sowie der diversen Bundesverbände, Unterstützung und Hilfe bei der Planung, Umsetzung und Inbetriebnahme des Offenen Kanals in Südtirol zu erwarten sein wird. Diese Kooperationen würden eine enorme Chance und Hilfe für die Schaffung dieser Initiative darstellen.

Während vom technischen Standpunkt aus gesehen die Umsetzung eines Offenen Kanals in Südtirol ohne weiteres durchführbar wäre, ist die Frage nach der nötigen **Finanzierung** etwas diffiziler. Da die Europäischen Union (noch) keinen eigenen Fördertopf für Bürgermedien eingerichtet hat, können die Gelder aus Brüssel lediglich als supplementäre Finanzierungsmöglichkeiten dienen. Somit muss die Bereitstellung finanzieller Mittel auf lokaler Ebene erfolgen. Vor dem Hintergrund der expliziten Erwähnung von Seiten der Landesregierung der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol im Landesgesetz Nr.7 von 1958 zur Förderung kultureller Tätigkeiten und auf Basis von Artikel 8 des Grundsatzprogramms der Südtiroler Volkspartei von 1993, scheint jedoch eine lokale öffentliche Finanzierung sehr vielversprechend und durchaus erreichbar zu sein. Zudem könnte man als ergänzende Subventionierung auch auf die verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten von (privaten) Stiftungen und Vereinen, sofern sie nicht die Souveränität und Unparteilichkeit des Offenen Kanals belasten, zurückgreifen.

Allgemein konnte festgestellt werden, dass die Geräte zur Produktion und Nachbearbeitung von audiovisuellen Beiträgen zwar kostengünstiger, leistungsfähiger und bedienungsfreundlicher geworden sind, dennoch stellt die Übertragungs- und Studioteknik, sowie die Schaffung der erforderlichen Infrastruktur immer noch einen kostenintensiven Faktor dar. Auf Grundlage der Experteninterviews und der Machbarkeitsstudie von Schütz et. al. wurde das Gesamtbudget für die Gründung eines Offenen Fernsehkanals auf *maximal* eine Million Euro bemessen. Natürlich müssten zum einen die zusätzlichen, jährlichen Investitionen anhand diverser Gutachten und einer umfassenden Machbarkeitsstudie, die u.a. beinhaltet, welche bzw. wie viele technische Geräte und wie viele Mitarbeiter konkret vorgesehen sind, genau berechnet werden. Zum anderen muss die Frage nach den verschiedenen Finanzierungsformen einer detaillierten Prüfung unterzogen werden. Dennoch scheinen die finanziellen Hürden in einer der wohlhabendsten Regionen Europas und einer der reichsten Provinzen Italiens, mit einem jährlichen Haushalt von 5 Milliarden Euro, mit großer Wahrscheinlichkeit überwindbar zu sein.

Im Zusammenhang mit den politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen zur Gründung eines Offenen Kanals sind hingegen die größten Schwierigkeiten zu erwarten. Einerseits müsste auf Staatsebene eine rechtliche Grundlage für die Anerkennung von Bürgermedien im Allgemeinen und Offenen Kanälen im Besonderen geschaffen werden. Die Aussichten dafür scheinen, vor dem Hintergrund der (Medien-)Politik von Ministerpräsident Silvio Berlusconi, nicht gerade Erfolg versprechend zu sein. Daher bedarf es, sowohl einer starken Allianz, die Druck auf politischer Ebene ausüben, als auch zahlreicher Initiativen, wie Volksbegehren, Unterschriftensammlungen oder Aktionstage, um die Anerkennung und Gründung von Offenen Kanälen langfristig durchzusetzen. Ferner müsste ein klareres Signal bzw. ein stärkeres Durchgreifen der Europäischen Union erfolgen, um das Medienmonopol Berlusconis und die höchst problematische Medien- und Meinungseinfalt in Italien zu verbessern. Ein mögliches Urteil der EU könnte, ähnlich wie in Österreich, zur Gründung von Bürgermedien in Italien führen. Es wird sich zeigen, ob die Europäische Union ihren kürzlich ratifizierten Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa konkret umsetzen und die Mitgliedsstaaten wirklich zur Bildung pluralistischer Mediensysteme ermutigen kann oder ob man weiterhin (bloß) mit kritischem Blick nach Italien schaut.

Des Weiteren konnte hinsichtlich eines grenzüberschreitend operierenden Offenen Kanals im Rahmen der Europaregionen Tirol, Südtirol und Trentino oder zusammen mit der Schweiz herausgefunden werden, dass die technischen Voraussetzungen zwar schwieriger, aber eine Übertragung, zum Beispiel über die Richtfunkleitung nach Innsbruck, durchaus möglich wäre. Die finanziellen und vor allem rechtlichen Bedingungen sind jedoch schwierig umzusetzen. Demnach müssten die einzelnen Staaten die jeweilige Genehmigung bzw. die Sendelizenz erteilen. Ein derartiger multinationaler und -lingualer Sender würde zwar vielfältige Vorteile aufweisen und wichtige Funktionen erfüllen, dennoch ist seine Umsetzung momentan *wahrscheinlich* nicht möglich.

Schließlich müsste auch auf lokaler Ebene einerseits der Bedarf der Bevölkerung nach Bürgermedien erkenntlich gemacht und der politische Willensbildungsprozess über mannigfaltige BefürworterInnen und UnterstützerInnen forciert werden. Die Erlangung eines politischen Konsens wird, besonders aufgrund der interethnischen und zweisprachigen Ausrichtung des Offenen Kanals, voraussichtlich ein sehr langwieriger

und schwieriger Prozess werden.

Vor diesem Hintergrund konnte die These nach den technischen-, finanziellen- und politischen Prämissen (**Hypothese 5**) nur teilweise verifiziert werden. Die Realisierung eines Offenen Fernsehkanal in Südtirol ist unter Miteinbeziehung der gesammelten Stellungnahmen und im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Experteninterviews, von technischer und finanzieller Perspektive aus gesehen, möglich. Die politischen bzw. rechtlichen Rahmenbedingung sind jedoch nicht vorhanden und müssten erst geschaffen werden.

Abschließend betrachtet, bleibt nur noch zu hoffen, dass die LeserInnen zum einen die zahlreichen Funktionen von Bürgermedien im Allgemeinen und den wesentlichen (Mehr-)Wert eines Offenen Kanals für Südtirol im Besonderen, erkennen konnten.

Ich hoffe ferner, dass diese Diplomarbeit die Wichtigkeit freier, pluralistischer und nicht- kommerzieller Medien für die Demokratie und (Rede-)Freiheit eines Landes ausreichend betont hat.

Zum anderen hoffe ich schließlich, dass die vorliegende Arbeit einen kleinen Beitrag zur Verbreitung und Bekanntmachung dieser wertvollen Idee beitragen, die Beauftragung einer Machbarkeitsstudie herbeiführen und eine ernsthafte Diskussion, zur Schaffung eines Offenen Kanals in Südtirol einleiten kann. Und vielleicht kann ja in Zukunft ein *gemeinsamer* Offener Kanal, der nicht den Fesseln der ethnischen Trennung entspricht, geschaffen werden. Denn wie schon der überaus bekannte österreichische Kommunikationswissenschaftler und Philosoph Paul Watzlawick zu sagen pflegte: „**Sprache schafft Realität**“. Wenn also die rechtlichen Rahmenbedingungen geschaffen würden, dann wäre ein mehrsprachiger und interkultureller Offener Kanal auch in der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol Realität.

Es liegt also – wie so oft – vornehmlich in der Hand der Politik aus diesem hypothetischen „Wenn, dann...“, ein real existierendes, gemeinschaftliches und gemeinnütziges (Medien-)Projekt zu schaffen. Und die Bevölkerung Südtirols sollte schließlich nicht vergessen, welche Macht und welche Möglichkeiten sie zur direkten Demokratie besitzt, um „ihren“ Offenen Kanal zu fordern!

12. LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

12.1. Literatur

ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Schriftenreihe Cultural Studies, Band 19. Bielefeld: transcript, 2006.

ALTENDORF, Alf: Finanzplan. Kalkulationen. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

ALTENDORF, Alf et. al.: Niederlande. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

ALTENDORF, Alf: Organisationsformen und Trägerschaft. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

ARBEITERKREIS OFFENE KANÄLE / BÜRGERMEDIEN (AKOK): Grundsatzpapier des Arbeiterkreis Offene Kanäle / Bürgermedien (AKOK). 2001. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

ANG, Ian: Kultur und Kommunikation. Auf dem Weg zu einer ethnographischen Kritik des Medienkonsums im transnationalen Mediensystem. IN: BROMLEY, Roger et.al.: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen Verlag, 1999.

ATZ, Hermann: Der (ethnische) Medienkonsum der Südtiroler Bevölkerung. IN: PALLAVER, Günther (Hrsg.): Die ethnisch halbierte Wirklichkeit. Innsbruck: Studienverlag, 2006.

BARTH, Fredrik: Ethnic Groups and Boundaries. IN: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996.

BAUER, Siegfried: Das Südtiroler Pendel. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996.

BENJAMIN, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1990.

BENJAMIN, Walter: Der Autor als Produzent. IN: RADDATZ, Fritz, J.(Hrsg.): Marxismus und Literatur. Band II Reinbek: Rowohlt Verlag, 1969.

BRANDT, Bettina: Offene Kanäle als Orte der Bildung? IN: KÖHLER-TERZ, Kai (Hrsg.): Offener Kanal Merseburg – Querfurt e.V. Medienkompetenzerwerb und medienpädagogisches Handeln in Offenen Kanälen. Aachen: Shaker Verlag, 2004.

BRECHT, Bertold: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999.

BRECHT, Bertold: Radiotheorie. IN: Gesammelte Werke VIII. Schriften 2. Zur Literatur und Kunst. Zur Politik und Gesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1967.

BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): 7 Thesen von Kleinich. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.

CZERNIN, Hubertus. IN: FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000.

DIEKMANN, Andreas: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 8. Auflage. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2002.

EMNID-INSTITUT: Die niedersächsischen Bürgermedien und ihr Publikum. Eine Nutzungs- und Reichweitenanalyse des EMNID-Instituts. Schriftenreihe der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM), Band 11. Berlin: Vistas, 2001.

ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. IN: GLOTZ, Peter (Hrsg.): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. Ex libris kommunikation. Band 8. München, Verlag Reinhard Fischer, 1997.

ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Baukasten zu einer Theorie der Medien. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999.

ENZENSBERGER, Hans, Magnus: Das digitale Evangelium. Propheten, Nutznießer, Verächter. Erfurt: Sutton Verlag, 2000.

EXPERTENGRUPPE OFFENER KANAL: Regeln für den Offenen Kanal. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997.

EXPERTENGRUPPE OFFENER KANAL: Erläuterungen zu den Regeln für den Offenen Kanal. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997.

FABRIS, Hans Heinz: Kommunikative Partizipation. Demokratisierung durch neue Technologien? IN: KÖTTERHEINRICH, Manfred (Hrsg.): Rundfunkpolitische Kontroversen. Köln: Europ.Vlg.-Anst., 1976.

- FAULSTICH, Werner: Medientheorie. IN: FAULSTICH, Werner (Hrsg.): Grundwissen Medien. 5.Auflage. München: Fink, 2004.
- FISCHER, Arthur: Der Offene Kanal und ihre Zuschauer. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.
- FRASNELLI, Hubert: Die Herrschaft der Fürsten: Macht, Zivilcourage und Demokratie in Südtirol. Klagenfurt: Wieser Verlag, 2000.
- FREIBERG, Walter / FONTANA, Josef (Hrsg.): Südtirol und der italienische Nationalismus. Entstehung und Entwicklung einer europäischen Minderheitenfrage. Innsbruck: Schlern Schriften, 1994.
- FÜRHAPTER, Helga: Die Entwicklung der Offenen Kanäle in Deutschland. Aufgabenstellungen zwischen Medienpartizipation und Medienkompetenzvermittlung. Diplomarbeit, Universität Wien, 2003.
- GÖTTLICH, Udo: Kritik der Medien. Reflexionsstufen kritisch-materialistischer Medientheorien am Beispiel Leo Löwenthal und Raymond Williams. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1996.
- GÖTTLICH, Udo: Kritik der Medien. IN: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006.
- GÖTTLICH, Udo / WINTER, Carsten: Wessen Cultural Studies? IN: BROMLEY, Roger et.al.: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen Verlag, 1999.
- GÖTTLICH, Udo: Kultureller Materialismus und Cultural Studies. Aspekte der Kultur- und Medientheorie von Raymond Williams. IN: HEPP, Andreas / WINTER, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Auflage. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialforschung, 2006.
- HALL, Stuart: Cultural Studies. Zwei Paradigmen. IN: BROMLEY, Roger et.al.: Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen Verlag, 1999.
- HALL, Stuart: Cultural Studies and Theoretical Legacies. IN: HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999.
- HELF, Klaus Ludwig: Mit dem Bollerwagen auf dem Datenhighway. Medienkompetenz durch Offene Kanäle in der Informationsgesellschaft. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997.
- HEPP, Andreas: Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. WV Studium Sozialwissenschaft, Band 184. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999.
- HEPP, Andreas / WINTER, Rainer: Cultural Studies in der Gegenwart. IN: HEPP,

Andreas / WINTER, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. 3. Auflage. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialforschung, 2006.

HIEGEMANN, Susanne: Kabel- und Satellitenfernsehen. Die Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland unter ökonomischen, politischen und inhaltlichen Aspekten. 1988. IN: TIERSCH, Stephan: Bürgerfernsehen. Eine Untersuchung der Offenen Kanäle in Rheinland-Pfalz unter besonderer Berücksichtigung ihres Verhältnisses zur politischen Kultur. Dissertation, Univ. Trier, 2003.

HUEBER, Peter / KANDLBINDER, Eva / MAYR, Christian: Teilprojekt Offenes Studio. Vorversuch Offener Kanal . IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

JAENICKE, Angelika: Die Ausbreitung der Offenen Kanäle in Deutschland. Eine Chronik. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.

JARREN, Otfried / GROTHE, Thorsten / MÜLLER, Roy: Bürgermedium Offener Kanal: der Offene Kanal Hamburg aus der Sicht von Nutzern und Experten. Eine empirische Studie zu Nutzung und Bewertung des Offenen Kanals. Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM), Band 8. Berlin: Vistas, 1994.

KAMP, Ulrich (Hrsg.): Der Offene Kanal. Erfolge und Strukturen. 1989. IN: FÜRHAPTER, Helga: Die Entwicklung der Offenen Kanäle in Deutschland. Aufgabenstellungen zwischen Medienpartizipation und Medienkompetenzvermittlung. Diplomarbeit, Universität Wien, 2003.

KAMP, Ulrich: Vom Stand der Dinge. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997.

KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997.

KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.

KLEIN, Hannes: Bestandsaufnahme von Bürgerbeteiligungsmodellen in Österreich und Deutschland sowie Schlussfolgerungen für einen Offenen Kanal in Salzburg. Diplomarbeit, Universität Salzburg, 2001.

KÖHLER-TERZ, Kai (Hrsg.): Offener Kanal Merseburg – Querfurt e.V. Medienkompetenzerwerb und medienpädagogisches Handeln in Offenen Kanälen. Aachen: Shaker Verlag, 2004.

KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994.

LANGER, Alexander: Das Südtiroler Pendel. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996.

LANGER, Alexander: Die Mehrheit der Minderheiten. Warum wird unsere Welt vom ethnischen Sauberkeitsswahn und vom grundlosen Vertrauen in Mehrheiten beherrscht? Berlin: Wagenbach, 1996.

LANGER, Alexander. Ethnischer Proporz. Wirklich wünschenswert? IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996.

LANGER, Alexander: Identitätsstiftung in Südtirol. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996.

LANGER, Alexander: Nebeneinander, Miteinander! IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996.

LANGER, Alexander: „Offenes Werk“. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996.

LANGER, Alexander: Über das Zusammenleben in Südtirol. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996.

LANGER, Alexander: Untergang der Sternstunde. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996.

LANGER, Alexander: Zum Selbstverständnis der Südtiroler. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran: Alpha und Beta, 1996.

LENHARDT, Gero: Ethnische Identität und sozialwissenschaftlicher Instrumentalismus. IN: ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996.

LIGUE DES FAMILLE/BUND DER FAMILIE: Belgien verstehen. Brüssel: De Boeck, 2006.

LINKE, Jürgen: Du bist ich – Integrationsmodell Offener Kanal Berlin. IN: KAMP, Ulrich (Hrsg.): Handbuch Medien. Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 1997.

LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005.

MACHART, Oliver: Techno- Kolonialismus. Theorie und imaginäre Kartographie von Kultur und Medien. IN: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006.

MACHART, Oliver: Cultural Studies. Konstanz: UTB, 2008.

MEUSER, Michael / NAGEL, Ulrike: Das Experteninterview. Wissenssoziologische Grundlagen und methodische Durchführung. IN: FRIEBERTSHÄUSER, Barbara / PRENGEL, Annedore (Hrsg.): Handbuch qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft. Weinheim/München: Juventa, 1997.

MINISTERIUM DER DEUTSCHSPRACHIGEN GEMEINSCHAFT (Hrsg.): Belgien und die Deutschsprachige Gemeinschaft. Eupen, 2004.

OBERREUTER, Heinrich: Der Offene Kanal. Anwalt ohne Anmaßung. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

PALLAVER, Günther: Demokratie und Medien in ethnisch fragmentierten Gesellschaften. IN: PALLAVER, Günther (Hrsg.): Die ethnisch halbierte Wirklichkeit. Innsbruck: Studienverlag, 2006.

PICHLER, Reinhard: UTV Wien. Die medialen Metamorphosen des Wiener Universitätsfernsehens. Diplomarbeit, Universität Wien, 2005.

RAMMINGER, Helmut: Dolomiten und Alto Adige – Ein Vergleich von Gestaltung und Inhalt der beiden Zeitungen der deutsch- und italienischsprachigen Volksgruppen von 1945-1972. IN: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994.

RECK, Ulrich (Hrsg.): Fernsehen der 3. Art. Eine Publikation der Lehrkanzel für Kommunikationstheorie anlässlich des Symposions „Fernsehen der Dritten Art“. Wien: Hochschule für Angewandte Kunst, 1994.

ROLLI, Hans Wolfgang: Der Offene Kanal als Bürgermedium. Möglichkeiten, Erfahrungen, Grenzen, Konsequenzen. Frankfurt/Main: Gemeinschaft der evangelischen Publizistik, 1981.

SCHÄFFNER, Gerhard: Hörfunk. IN: FAULSTICH, Werner (Hrsg.): Grundwissen Medien. 5.Auflage. München: Fink, 2004.

SCHERNTHANER, Alexandra: Das freie nicht-kommerzielle Radio in Wien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1995.

SCHMIDT, Siegfried, J.: Media Societies: Fiction Machines. IN: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006.

SCHULTE, H.J: Untersuchung und Analyse der Nutzerstruktur des Offenen Kanals Berlin. 1989. IN: WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Der offene Kanal in Deutschland: Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 1992.

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. Diplomarbeit, Universität

Wien, 1992.

SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

SCHÜTZ, Johannes: Grundrecht Medienpartizipation. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

SCHÜTZ, Johannes: Offene Kanäle in Deutschland. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

SCHÜTZ, Johannes: Offene Kanäle in Österreich. Eine Vorgeschichte. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

SCHÜTZ, Johannes: Offener Kanal Ostbelgien. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

SCHÜTZ, Johannes: Zur Konzeption Offener Kanäle. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

SOLDERER, Gottfried: Thesen zu Öffentlichkeitsarbeit auf dem Südtiroler Bildungssektor. IN: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994.

STACHEL, Robert: Senderidentität. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

STACHEL, Robert: Werbung. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

STUDTHOFF, Alex: Die Offenen Kanäle und ihre Zuschauer. IN: KAMP, Ulrich; STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003.

TIERSCH, Stephan: Bürgerfernsehen. Eine Untersuchung der Offenen Kanäle in Rheinland-Pfalz unter besonderer Berücksichtigung ihres Verhältnisses zur politischen Kultur. Dissertation, Univ. Trier, 2003.

WEBHOFER, Erika: Die „Dolomiten“. Eine konservative Tageszeitung. Ideologiekritische Studien. 1983. IN: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994.

WILD, Karla: Die literarische Beilage im Tagblatt der Südtiroler „Dolomiten“. 1984.

IN: KRÖLL, Stefan: Die Region Tirol und ihre Massenmedien. Diplomarbeit, Universität Wien, 1994.

WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Der offene Kanal in Deutschland: Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 1992.

WOODWARD, Kathryn: Concept of Identity and Difference. IN: LUTTER, Christina / REISENLEITNER, Markus: Cultural Studies. Eine Einführung. Cultural Studies Band 0. 2. Auflage. Wien: Löcker, 2005.

ZAPPE, Manuela: Das ethnische Zusammenleben in Südtirol. Frankfurt/Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften, 1996.

ZEHE, Harald. Hier zitiert nach: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002.

ZELGER, Anton. Hier zitiert nach: LANGER, Alexander: Miteinander, Nebeneinander. IN: BAUER, Siegfried / DELLO SBARBA, Riccardo: Alexander Langer. Aufsätze zu Südtirol 1978 – 1995. Meran Alpha und Beta, 1996.

12.2 Zeitungen und Zeitschriften

BBC News: Italy media boss quits in protest. 04.05.2004 Online im WWW unter URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/3683843.stm> [Format: HTML; Stand: 26.10.2008].

BBC News: The press in Italy. 31.10.2006. Online im WWW unter URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4373775.stm> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

DER SPIEGEL: Italienische TV-Präsidentin tritt zurück. 04.05.1004. Online im WWW unter URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,298347,00.html> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

DER SPIEGEL: „Massgeschneidert für Berlusconi“. 02.12.2003. Online im WWW unter URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,276628,00.html> [Format: HTML; Stand: 27.10.2008].

DIE PRESSE: Italien: TV-Sender sollten positiv über Berlusconi berichten. 22.11.2007. Online im WWW unter URL: <http://diepresse.com/home/kultur/medien/344934/index.do> [Format: HTML; Stand: 25.10.2008].

DIE TAGESZEITUNG (TAZ): Gold für die Kleinen. Seit fünf Jahren engagiert sich Midas, die Vereinigung europäischer Minderheitenzeitungen, für eine Presse jenseits der Leitkulturen. 11.08.2006. Online im WWW unter URL: <http://www.taz.de/index.php?id=archivseiteunddig=2006/08/11/a0249> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008].

DOLOMITEN: Schwache SVP stärkt Italiener. 23. 10. 2008.

FF. Das Südtiroler Wochenmagazin: Hauskrach bei Athesia. Nr. 21/ 2008.

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG: „Gesetz der Schande“. 2003.
Online im WWW unter URL:
<http://www.faz.net/s/RubFC06D389EE76479E9E76425072B196C3/Doc~E03B54C1DED9A4397ACC06255E442E8A5~ATpl~Ecommon~Scontent.html>
[Format: HTML; Stand: 27.10.2008].

KAIN, Florian: Zusammengestümperter Müll. IN: DIE WELT. 18./19.3.2000.

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: Fast ein Fürstentum. Prunk und Proporz in Südtirol.
13.03.2008. Online im WWW unter URL:
http://data3.blog.de/media/250/2403250_d832459491_d.pdf [Format: PDF; Stand:
10.12.2008].

SÜDTIROLER NACHRICHTEN: Meinungsvielfalt, Macht, Geschäft.
September/Oktober 2003. Online im WWW unter URL:
http://www.suedtirolernachrichten.it/view_news_html?news_id=20031127101141
[Format: HTML; Stand: 20.1.2009].

SÜDTIROL ONLINE: Klotz: „Amtsmissbrauch des Bürgermeisters von St. Leonhard
prüfen“. 30.08.2008. Online im WWW unter URL:
<http://www.stol.it/nachrichten/artikel.asp?KatId=faundArtId=127135> [Format: HTML ;
Stand: 11.1.2009].

THE GUARDIAN: Censorship 'award' for Berlusconi. 22.03.2002.
Online im WWW unter URL:
<http://www.guardian.co.uk/media/2002/mar/22/pressandpublishing.broadcasting>
[Format: HTML; Stand: 25.10.2008].

THE INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE: 'Street TV' persists as it fights Rome.
23.10.2005. Online im WWW unter URL:
<http://www.iht.com/articles/2005/10/23/business/tv24.php> [Format: HTML; Stand:
4.11.2008].

WINTERHOFF-SPURK, Peter / HEIDINGER, Veronika / SCHWAB, Frank: Offene
Kanäle nach der Aufbauphase. Bilanz bisheriger Begleitforschung. IN: Media
Perspektiven Nr.7, 1993.

12.3 Online-Quellen

AEIOU: Das annotierbare, elektronische, interaktive, österreichische Universal- und
Informationssystem. Online im WWW unter URL:
<http://aeiou.iicm.tugraz.at/aeiou.encyclop.d/d197647.htm> [Format: HTML; Stand:
11.12.2008].

ALTRA TV: Netzwerk von italienischen „Telestreets“. Online im WWW unter URL:
<http://www.altratv.tv/index.htm> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008].

ARBEITSGEMEINSCHAFT DER LANDESMEDIENANSTALT IN DER
BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hrsg.): Jahrbuch 2007. Berlin: Vistas, 2008.
Online im WWW unter URL:
http://www.alm.de/fileadmin/Download/ALM_Jahrbuch_2007_Druckversion.pdf

[Format: PDF; Stand: 4.4.2008].

ARBEITERKREIS OFFENE KANÄLE / BÜRGERMEDIEN (AKOK): Positionspapier des Arbeitskreises Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM): Medienkompetenz und Bürgermedien. 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.bürgerrundfunk.de> [Format: HTML; Stand: 10.4.2008].

ARBEITERKREIS OFFENER KANÄLE ÖSTERREICH (AOKÖ): AOKÖ stellt sich vor. Online im WWW unter URL: <http://www.offener-kanal.at/> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008].

ATHESIA VERLAG: Periodische Publikationen. Online im WWW unter URL: <http://www.athesia.com/athesia/medien/printmedien.asp?SID=0D7F> [Format: HTML; Stand: 20.12.2008].

ATZ, Hermann: Die Landtagswahlen 2003 in Südtirol. Online im WWW unter URL: <http://www.apollis.it/20d253.html> [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

AUTONOME PROVINZ BOZEN. Abteilung für Finanzen und Haushalt: Haushaltplan 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.provinz.bz.it/finanzen-haushalt/download/bilancio2008DE.pdf> [Format: HTML; Stand: 13.2.2009].

AUTONOME REGION TRENTINO- SÜDTIROL: Grundzüge der Geschichte von Trentino- Südtirol. Online im WWW unter URL: http://www.regione.taa.it/Storia_d.aspx [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

BAUER, Dominik: Medienimperium Italien. Premier und Medienzar Berlusconi. 04.08.2004. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/politik/bibliothek/p22_BaurDominik.html [Format: HTML; Stand: 26.10.2008].

BECK, Kurt. Hier zitiert nach: KIND, Joachim. IN: CONNEX. Infomagazin für Bürgermedien: Beck lobt deutsch-französisches OK-Magazin „Euroclick“. 08.07.2003 Online im WWW unter URL: <http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2&m=3&um=32&id=430> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

BLATMANN, Soria: A media conflict of interest: anomaly in Italy. Reporter without borders, 2003. Online im WWW unter URL: <http://www.rsf.org/IMG/pdf/doc-2080.pdf> [Format: PDF; Stand: 25.10.2008].

BUNDESPRESSEDIENST ÖSTERREICH: Medien in Österreich. 2. Auflage. Wien: Bundeskanzleramt, Bundespressdienst, Abteilung 1/4, 2006. Online im WWW unter URL: <http://www.austria.gv.at/DocView.axd?CobId=16097> [Format: PDF; Stand: 4.10.2008].

BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): Berlin Deklaration. Berlin, 1997. Online im WWW unter URL: <http://www.open-channels.eu/de/deklaration.pdf> [Format: PDF; Stand: 11.4.2008].

BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): Buckower Perspektiven – Offene

Kanäle gestalten Zukunft. Buckow, 2004. Online im WWW unter URL: <http://www.bok.de/doku/buckow04.pdf> [Format: PDF; Stand: 30.6.2008].

BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): Erklärung zum Jahrestreffen Offener Kanäle. Berlin, 1998. Online im WWW unter URL: <http://www.bok.de/doku/erk198.pdf> [Format: PDF; Stand: 11.4.2008].

BUNGARD, Walter / WINTER, Stefanie / MITTELSTAEDT, Stefanie: Quantitative vs. Qualitative Methoden. 2000. Online im WWW unter URL: http://imihome.imi.uni-karlsruhe.de/nquantitative_vs_qualitative_methoden_b.html [Format: HTML; Stand: 28.1.2009].

BRF: Hörfunk und Fernsehen in Ostbelgien. Der BRF stellt sich vor. Online im WWW unter URL: <http://www.brf.be/der-brf/vorstellung> [Format: HTML; Stand: 21.11.2008].

CENSIS (Centro Studi Investimenti Sociali): Rapporto annuale 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.censis.it/277/280/339/6366/6368/6378/content.asp> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

COMMUNITY MEDIA EUROPE. Online im WWW unter URL: <http://www.communitymedia.eu> [Format: HTML; Stand: 12.09.2008].

COMMUNITY MEDIA FORUM EUROPE. Online im WWW unter URL: <http://www.cmfe.eu> [Format: HTML; Stand: 12.09.2008].

COMUNE DI ROMA: La street Tv che guarda a Corviale. Online im WWW unter URL: http://www.comune.roma.it/was/wps/portal/!ut/p/_s.7_0_A/7_0_21L?menuPage=/Area_di_navigazione/Sezioni_del_portale/Dipartimenti_e_altri_uffici/Dipartimento_XIX/Laboratori_territoriali/Corviale/Al_via_Corviale_Network/ [Format: HTML; Stand: 5.11.2008].

DAUMANN, Hans-Uwe: Neues Leitbild für Offene Kanäle gesucht. IN: CONNEX. Infomagazin für Bürgermedien. 07.04.2003. Online im WWW unter URL: <http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2undm=7undum=41undid=361> [Format: PDF; Stand: 30.6.2008].

DAUMANN, Hans-Uwe: Gesundes Kind von zwei Vätern: OK Ostbelgien. IN: CONNEX. Infomagazin für Bürgermedien. 27.04.2004. Online im WWW unter URL: <http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2undm=3undum=7undid=693> [Format: HTML; Stand: 22.11.2008].

DAVITIAN, Lauren-Glenn: Long Story Short: The 2006 Rewrite of U.S. Communications Policy. 2006. Online im WWW unter URL: <http://saveaccess.org/longstoryshort> [Format: HTML; Stand: 16.09.2008]

DIE GRÜNEN WIEN: 23 grünrote Projekte für Wien. Online im WWW unter URL: http://archiv.wien.gruene.at/23_gruene_projekte/kultur.html [Format: HTML; Stand: 5.10.2008].

DGLIVE!: Portal der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens. Online im WWW unter URL: <http://www.dglive.be/> [Format: HTML; Stand: 21.11.2008].

DOLOMITEN: Mediendaten 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.dolomiten.it/athesia/medien/pdf/Mediendaten-Dolomiten-2008.pdf> [Format: PDF; Stand: 20.12.2008].

DURNWALDER, Luis. Hier zitiert IN: ORF ONLINE. Tirol. 12.08.2005. Online im WWW unter URL: <http://tirol.orf.at/stories/51310/> [Format: HTML ; Stand: 9.1.2009].

ERDMANN, Jana: Hegemonie. IN: MedienKulturWiki. Online im WWW unter URL: <http://www.leuphana.de/medienkulturwiki/medienkulturwiki2/index.php/Hegemonie> [Format: HTML; Stand: 17.1.2009].

EUROCLICK: Das Programm. Online im WWW unter URL: <http://www.euroclick-tv.de/start.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

EUROCLICK. Euroclick - Eine Bilanz nach zwei Jahren. Online im WWW unter URL: <http://www.euroclick-tv.de/start.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

EUROCLICK: Finanzierung von Euroclick. Online im WWW unter URL: <http://www.euroclick-tv.de/start.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

EUROPÄISCHE KOMMISSION: Aufforderungsschreiben an Italien wegen Vorschriften für elektronische Kommunikation. 2006. Online im WWW unter URL: <http://merlin.obs.coe.int/iris/2006/8/article5.de.html> [Format: HTML; Stand: 28.10.2008].

FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (FCC): PEG-Channels, 1998. Online im WWW unter URL: <http://www.fcc.gov/mb/facts/pegfacts.html> [Format: HTML; Stand: 2.6.2008].

FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (FCC): Fact Sheet. Cable Television. Information Bulletin, 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.fcc.gov/mb/facts/csgen.html>

FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (FCC): Fact Sheet. Cable Television. Information Bulletin. 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.fcc.gov/mb/facts/csgen.html> Format: HTML; Stand: 15.09.2008].

FF. DAS SÜDTIROLER WOCHENMAGAZIN: Grundsatzprogramm und Geschichte. Online im WWW unter URL: <http://www.ff-online.com/ff/de/200806-unser-grundsatzprogramm> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008].

FF. DAS SÜDTIROLER WOCHENMAGAZIN: Reichweite und Mediadaten. Online im WWW unter URL: <http://www.ff-online.com/ff/de/200806-reichweite-und-mediadaten/> [Format: HTML; Stand: 26.12.2008].

FF. DAS SÜDTIROLER WOCHENMAGAZIN: Von Fernsehen und Freizeit zur Femme Fatale. Online im WWW unter URL: <http://www.ff-online.com/ff/de/200806-von-fernsehen-und-freizeit-zur-femme-fatale/> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008].

FISCHER, Katrin: Die Stellung und Rolle der deutschsprachigen Minderheit in Ostbelgien innerhalb des belgischen Nationalstaats. Universität Göttingen, 1999.

Online im WWW unter URL: <http://www.geogr.uni-goettingen.de/kus/personen/euregio/emr99-21.htm> [Format: HTML; Stand: 20.11.2008].

FREEDOM HOUSE: Global Press Freedom 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.freedomhouse.org/uploads/fop08/FOTP2008Tables.pdf> [Format: PDF; Stand: 22.10.2008].

FREIES FERNSEHEN SÜDTIROL. Online im WWW unter URL: <http://freiesfernsehensuedtirol.blogr.at/> [Format: HTML; Stand: 10.9.2008]

FRICKE, Dietmar: Der Hegemoniebegriff bei Gramsci. Universität Magdeburg. Online im WWW unter URL: http://www.ipw.ovgu.de/inipw_media/bilder/gramsci.doc [Format: WORD DOKUMENT; Stand: 17.1.2009].

FUNK, Wolfgang Müller-/ HARRASSER, Karin: Materialien zur Vorlesung „Einführung in die Kulturwissenschaften / Cultural Studies“. Universität Wien, 2008. Online im WWW unter URL: http://www.univie.ac.at/culturalstudies/studium/csi-a_ws0809/081125_KH.doc [Format: WORD DOKUMENT; Stand: 5.1.2009].

Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (GEZ). Online im WWW unter URL: http://www.gez.de/die_gez/medienlandschaft/index_ger.html [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

GEPPL, Monika / KREUCH, Gerhard / LUDESCHER, Martin: Professionalität im „Offenen Kanal“. Okto – ein Widerspruch? Schriftenreihe des Forschungsbereiches Wirtschaft und Kultur, Nr.9. Wirtschaftsuniversität Wien, 2007. Online im WWW unter URL: http://epub.wu-wien.ac.at/dyn/virlib/wp/mediate/epub-wu-01_d23.pdf?ID=epub-wu-01_d23 [Format: PDF; Stand: 11.5.2008].

GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO: Auflage Alto Adige – Corriere delle Alpi – Trentino. Online im WWW unter URL: <http://www.gruppoespresso.it> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008].

HANSEN, Leo: Interkultureller Dialog in Offenen Kanälen. IN: LANG, Tillman / VOSS, Friedrich / OBERNDÖRFER, Dieter: Medien-Migration-Integration. Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM). Band 19. Berlin: Vistas, 2001. Online im WWW unter URL: http://www.bok.de/doku/hansen_interkulturell.pdf [Format: PDF; Stand: 5.2.2009].

HALL, Stuart: Culture, the Media and the 'Ideological Effect'. IN: MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009].

INSTITUT FÜR MEDIEN- UND KOMMUNIKATIONSPOLITIK: Mediendaten „Mediaset SpA“. 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.mediadb.eu/datenbanken/internationale-medienkonzerne/mediaset->

[spa.html#c611](#)[Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

KAMP, Ulrich: Offene Kanäle in Deutschland. Online im WWW unter URL: <http://www.bok.de/doku/offene-kanale-dt.pdf> [Format: PDF; Stand: 30.6.2008].

KAMP, Ulrich: Rede anlässlich der Veranstaltung „Der Offene Kanal Berlin – abschalten oder weiterentwickeln?“ der Friedrich-Ebert-Stiftung. Berlin, 2000. Online im WWW unter URL: www.bok.de/doku/kamp00.pdf [Format: PDF; Stand: 4.4.2008].

KELTNER, Roman: Medien- bzw. Meinungsvielfalt als Kriterium der Rechtssprechung des EGMR. Online im WWW unter URL: http://www.it-law.at/uploads/tx_publications/keltner-medien.pdf [Format: PDF; Stand: 4.10.2008].

KERN EUROPEAN AFFAIRS (KEA): The State of community media in the European Union. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/activities/expert/eStudies.do?language=EN> [Format: PDF; Stand: 12.09.2008].

KNOLL, SVEN. Plakataktion: „Süd-Tirol ist nicht Italien!“. 13. 07 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.suedtiroler-freiheit.com/content/view/80/1/1/1/> [Format: HTML ; Stand: 11.1.2009].

KRIPP, Sigmund. Hier zitiert nach ULRICH, Stefan. IN: SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: Fast ein Fürstentum. Prunk und Proporz in Südtirol. 13.03.2008. Online im WWW unter URL: http://data3.blog.de/media/250/2403250_d832459491_d.pdf [Format: PDF; Stand: 10.11.2008].

KURP, Matthias: Berlusconis Medien-Alleinherrschaft. 06.05.2004. Online im WWW unter URL: http://www.medienmaerkte.de/artikel/unternehmen/040605_berlusconi.html [Format: HTML; Stand: 26.10.2008].

Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Nonprofit in Südtirol. Bozen: Autonome Provinz Bozen. Landesinstitut für Statistik: 1999. Online im WWW unter URL: http://www.provinz.bz.it/astat/download/nonprofit_1999.pdf [Format: PDF; Stand: 7.2.2009].

Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Erhebung der Hör- und Sehgewohnheiten in Südtirol. Bozen: Autonome Provinz Bozen: Landesinstitut für Statistik, 2001. Online im WWW unter URL: http://www.provinz.bz.it/astat/schriftenreihe/pdf/medien_2001.pdf [Format: PDF; Stand: 27.12.2008].

Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Volkszählung 2001. Berechnung des Bestandes der drei Sprachgruppen in der Provinz Bozen-Südtirol. Bozen: Autonome Provinz Bozen. Landesinstitut für Statistik: Nr. 17, 2002. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/ASTAT/downloads/mit17_02.pdf [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

Landesinstitut für Statistik (ASTAT): PC- und Internetnutzung in den Südtiroler Haushalten. 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.provinz.bz.it/astat/de/haushalte-soziales->

leben/510.asp?redas=yes&VerhaltenLebensstile_action=300&VerhaltenLebensstile_image_id=122066 [Format: PDF; Stand: 28.12.2008]

Landesinstitut für Statistik (ASTAT): 2008 – Südtirol in Zahlen. Alto Adige in cifre. Bozen: Autonome Provinz Bozen. Landesinstitut für Statistik, 2008.

Online im WWW unter URL: http://www.provinz.bz.it/astat/de/service/845.asp?redas=yes&830_action=300&830_image_id=120186 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

LANGENBACH, Jens: Tide als Vorreiter in Produktion und Technik. IN: CONNEX. Infomagazin für Bürgermedien. 22.02.2005. Online im WWW unter URL: http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2&m=2&um=40&id=908 [Format: HTML; Stand: 14.07.2008].

LANGER, Alexander: Die dominierende Minderheit: Volksgruppen- und Minderheitenpolitik. 1988. Online im WWW unter URL: http://www.alexanderlanger.org/cms/index.php?r=82&k=199&id=1212 [Format: HTML; Stand: 18.12.2008].

LANGER, Alexander: Identität zwischen Heimat und globalen Disneyland. 1990. Online im WWW unter URL: http://www.alexanderlanger.org/cms/index.php?r=82&k=199&id=297 [Format: HTML; Stand: 18.12.2008].

LAUFF, Werner: Offene Kanäle – Ein Zukunftsmodell. Rede anlässlich der „Tagung Bürgermedien“ der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und des Landesverbandes Offener Kanäle Sachsen-Anhalt e.V. Magdeburg, 2007. Online im WWW unter URL: http://lauff.org/r190207.html [Format: PDF; Stand: 4.7.2008].

LEE, Kevin: Urban poverty in canada: a statistic profile. Canadian council on social development, 2000. Online im WWW unter URL: http://www.ccsd.ca/opubs/2000/up/ [Format: HTML; Stand: 4.12.2008].

LITHGOW, Michael: Articulating Counterpublics with Community Capital: A Framework for Evaluating Community Television. Diplomarbeit, Universität Montreal, 2007.

MACHART, Oliver: Warum Cultural Studies vieles sind, aber nicht alles. Zum Kultur- und Medienbegriff der Cultural Studies. Medienheft Dossier. 19 – 27. Juni 2003. Online im WWW unter URL: http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d19_MarchartOliver.html [Format: HTML; Stand: 6.1.2009].

MAMMING, Ulrich: Der ethnische Proporz in Südtirol. Ein Instrument fortschrittlichen Minderheitenschutz. Referat anlässlich des Pro-Scientia-Stipendiatentreffens. Innsbruck, 2006. Online im WWW unter URL: http://www.proscientia.at/files/2006/Ulrich_Mamming_Der_ethnische_Proporz_in_Suedtirol.pdf [Format: PDF; Stand: 10.12.2008].

MAROTZKI, Winfried: Manuskript zur Vorlesung „Einführung in qualitative Forschungsmethoden der Erziehungswissenschaft. Universität Magdeburg, 2003. Online im WWW unter URL: http://www.uni-

magdeburg.de/iew/web/Marotzki/04/Vorlesung/06.pdf [Format: PDF; Stand: 30.1.2009].

MEDIA POLICY.ORG: Italy report released: after non-reforms, all eyes on Berlusconi. Online im WWW unter URL: <http://www.mediapolicy.org/tv-across-europe/tv-across-europe-follow-up-reports-2008-italy> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

MEDIENDATEN SÜDWEST: Reichweite. 2001. Online im WWW unter URL: http://www.mediendaten.de/gesamt/medienglossar/glossar_rw.html [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

MEDIENWERSTATT WIEN: Über uns. Online im WWW unter URL: www.medienwerkstatt-wien.at/info/index.php [Format: HTML; Stand: 3.10.2008].

MIELKE, Christine: Materialien zur Vorlesung „Theorien der Medienkultur“. Fünfte Sitzung „Rundfunk“: Brecht, Enzensberger und Baudrillard. Universität Karlsruhe, 2005. Online im WWW unter URL: http://fakultaet.geist-soz.uni-karlsruhe.de/litwiss/downloads/Materialien_zur_Vorlesung_7-Rundfunk.pdf [Format: HTML; Stand: 2.9.2008].

MIKKO, Marianne: Medienkonzentration und -pluralismus in der EU. September 2008. Online im WWW unter URL: http://www.europarl.europa.eu/news/expert/briefing_page/35770-266-09-39-20080901BRI35769-22-09-2008-2008/default_p001c006_de.htm [Format: HTML; Stand: 24.01.2009].

MINISTERIO DELLO SVILUPPO ECONOMICO: Dipartimento delle comunicazioni. (Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung/Kommunikationsabteilung): TV Digitale. 10.09.2008. Online im WWW unter URL: http://www.comunicazioni.it/ministero/ufficio_stampa/comunicati_stampa/pagina186.html [Format: HTML; Stand: 9.2.2009].

MOSAİK. „Mosaik“ - mehr als eine wöchentliche Magazinsendung. Online im WWW unter URL: <http://www.mosaik.mkn-swp.de/startseite.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

MOSAİK: Weit über die Grenzen hinaus. Online im WWW unter URL: <http://www.mosaik.mkn-swp.de/startseite.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

OKTO: Allgemeine Informationen. Online im WWW unter URL: http://files.okto.tv/data/presse/0605_Okto_Information.pdf [Format: PDF; Stand: 5.10.2008].

OKTO: MitarbeiterInnen. Online im WWW unter URL: <http://okto.tv/uber-okto/uber-uns-kontakt/> [Format: HTML; Stand: 5.10.2008].

OKTO: Ist OKTO ein „Offener Kanal“?. Online im WWW unter URL: http://okto.tv/?page_id=25 [Format: HTML; Stand: 5.10.2008].

OKTO: Verein. Online im WWW unter URL: <http://okto.tv/verein/> [Format: HTML;

Stand: 5.10.2008].

OLSON, Bill: The History of Public Access Television. Wisconsin, 2000. Online im WWW unter URL: <http://www.geocities.com/iconostar/history-public-access-TV.html> [Format: HTML; Stand: 15.09.2008].

OPEN CHANNELS FOR EUROPE! Online im WWW unter URL: <http://www.open-channels.eu/> [Format: HTML; Stand: 12.09.2008].

OPEN SOCIETY INSTITUTE / EU MONITORING AND ADVOCACY PROGRAM: Television across Europe: Follow-up Reports 2008. Budapest/New York: Q.E.D., 2008. Online im WWW unter URL: http://www.mediapolicy.org/tv-across-europe/follow-up-reports-2008-country/italy-web.pdf.pdf/at_download/file [Format: PDF; Stand: 25.10.2008].

PALLAVER, Günther: Südtirols Konkordanzdemokratie. Online im WWW unter URL: http://www.uibk.ac.at/politikwissenschaft/mitarbeiterinnen/pallaver/pdf/pallaver_527-555_tedesco.pdf [Format: PDF; Stand: 11.12.2008].

PASQUINELLI, Matteo: The public is not for sale - The street television movement in Italy. Online im WWW unter URL: <http://www.servus.at/VERSORGER/64/telestreet.html> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008].

PAUKENS, Hans: Partizipation im Zeitalter der Globalisierung. Rede anlässlich der Veranstaltung „Quo Vadis Bürgermedien“, Frankfurt/Main, 2003. Online im WWW unter URL: <http://bok.de/doku/paukens03quovadis.pdf> [Format: PDF; Stand: 4.7.2008].

PESTAL, Birgit: Kultur-Macht-Identität. Online im WWW unter URL: <http://masala.viennablog.at/2006/11/18/kultur-macht-identitaet> [Format: HTML ; Stand: 15.1.2009].

POLITIK-DIGITAL.DE: Steiniger Weg nach Digitalien. 2008. Online im WWW unter URL: <http://politik-digital.de/steiniger-weg-nach-digitalien> [Format: HTML; Stand: 27.10.2008].

PRESS-GUIDE: Deutschsprachige Zeitungen in Belgien. Online im WWW unter URL: <http://www.press-guide.com/belgium.htm> [Format: HTML; Stand: 21.11.2008].

RAI SENDER BOZEN: Wir stellen uns vor. Online im WWW unter URL: <http://www.senderbozen.rai.it/sender.php?action=azienda> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008].

REPORTERS WITHOUT BORDERS. Annual worldwide press freedom index 2002, 2003, 2004, 2005, 2006. Online im WWW unter URL: <http://www.rsf.org> [Format: HTML; Stand: 24.10.2008].

RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL:

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//EN> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

RIDDLE, Anthony: Local Public Access TV Under Attack From Trio of Congressional Bills. 2005. Online im WWW unter URL: http://www.democracynow.org/2005/9/30/local_public_access_tv_under_attack [Format: HTML; Stand: 16.09.2008].

RUNDFUNKANSTALT SÜDTIROL (RAS): Digitales terrestrisches Fernsehen DVB-T. Online im WWW unter URL: http://www.ras.bz.it/de/tv_radio/dvb.htm [Format: HTML; Stand: 9.2.2009].

RUNDFUNKANSTALT SÜDTIROL (RAS): Unternehmen. Online im WWW unter URL: <http://www.ras.bz.it/de/unternehmen/organisation.htm> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008].

SEEMANN, Janina et. al.: Pasta oder Knödel? Untersuchung zur kulturellen Identität der italienischsprachigen Südtiroler im Grödnertal. München: Grin Verlag, 2008. Online im WWW unter URL: <http://www.grin.com/e-book/111902/pasta-oder-knoedel-untersuchung-zur-kulturellen-identitaet-der-italienischsprachigen> [Format: HTML; Stand: 07.12.2008].

SENATE OF CANADA: Understanding the reality and meeting the challenges of living in french in Nova Scotia. Study mission to the acadian and francophone communities of Nova Scotia. Report of the Standing Senate Committee on Official languages, 2006. Online im WWW unter URL: <http://www.parl.gc.ca/39/1/parlbus/commbus/senate/Com-e/offi-e/rep-e/rep05oct06-e.pdf> [Format: PDF; Stand: 4.12.2008].

SCHULZE, Siegfried. Rede anlässlich der Tagung zum 1-jährigen Bestehen der Offenen Kanäle in Sachsen-Anhalt. 1999. IN: WIENGARN, Bettina: Bürgerbeteiligung in den Medien. Rede anlässlich der Preisverleihung zu „Bürgermedien und Internet“, 2002. Online im WWW unter URL: http://www.bok.de/doku/vortrag_wiengarn.pdf [Format: PDF; Stand: 8.7.2008].

SPD-Landesorganisation Hamburg: Positionspapier zum Standort der Medienwirtschaft. Medien in Hamburg. 2005. Online im WWW unter URL: http://www.hamburg-haushalt.de/site/downloads/_32_Position_Medienstandort.pdf [Format: PDF; Stand: 14.7.2008].

SPRACHROHR.TV: Online im WWW unter URL: <http://www.sprachrohr.tv/> [Format: HTML; Stand: 28.12.2008].

STADTWERKSTATT LINZ: Chronologie. Online im WWW unter URL: <http://www.stwst.at/index.php?m=6undsm=1> [Format: HTML; Stand: 3.10.2008].

STADTWERKSTATT LINZ: Kunst. Entwicklung. Vermittlung. Struktur. Online im WWW unter URL: <http://www.servus.at/stwst/> [Format: HTML; Stand: 3.10.2008].

STIFTUNG SÜDTIROLER SPARKASSE: Förderbereiche. Online im WWW unter URL: <http://www.stiftungsparkasse.it/ATHENA/WEB/Job.Aspx?T=TEXT&ID=16> [Format: HTML; Stand: 13.2.2009].

SÜDTIROL NEWS: Das Informationsportal von Nutzern für Nutzer. Medien. Online im WWW unter URL: <http://suedtirol-news.eu/index.php?d=artikelundid=782> [Format: HTML; Stand: 25.12.2008].

SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Das neue Autonomiestatut. 13. Auflage. Bozen: Landespresseamt, 2006. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116246 [Format: PDF; Stand: 9.12.2008].

SÜDTIROLER LANDESREGIERUNG (Hrsg.): Südtirol-Handbuch. Bozen: Landespresseamt, 2007. Online im WWW unter URL: http://www.provincia.bz.it/lpa/themen/publikationen.asp?redas=yesundsomepubl_action=300undsomepubl_image_id=116247 [Format: PDF; Stand: 8.12.2008].

SÜDTIROLER VOLKSPARTEI (SVP): Grundsatzprogramm. Teil 1. Artikel 2. 1993. Online im WWW unter URL: <http://www.svpartei.org/de/politik/grundsatzprogramm/3.html> [Format: HTML; Stand: 11.12.2008].

TAIBON, Mateo: Die Ladin. Minderheit auf dem Rückzug. Online im WWW unter URL: <http://www.gfbv.it/ladin/dossier/ladiner.htm> [Format: HTML; Stand: 8.12.2008].

TELILE COMMUNITY TELEVISION: About us. Online im WWW unter URL: <http://www.telile.tv/> [Format: HTML; Stand: 5.12.2008].

URZÍ, Alessandro. Hier zitiert nach ULRICH, Stefan. IN: SÜDDEUTSCHE ZEITUNG: Fast ein Fürstentum. Prunk und Proporz in Südtirol. 13.03.2008. Online im WWW unter URL: http://data3.blog.de/media/250/2403250_d832459491_d.pdf [Format: PDF; Stand: 10.12.2008].

UTV. Universitätsfernsehen Wien: Grundsätze und Impressum. Online im WWW unter URL: <http://www.utv.at/utv/index.php> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008].

VIDEOLANZANO 33. Online im WWW unter URL: <http://www.vb33.it/index.php/dal-1986.html> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008].

VIDEOLANZANO 33. Online im WWW unter URL: <http://www.storiaradiotv.it/VIDEOLANZANO%20VB%2033.htm> [Format: HTML; Stand: 27.12.2008].

WIENGARN, Bettina: Bürgerbeteiligung in den Medien. Rede anlässlich der Preisverleihung zu „Bürgermedien und Internet“. 2002. Online im WWW unter URL: http://www.bok.de/doku/vortrag_wiengarn.pdf [Format: PDF; Stand: 8.7.2008].

WIKIPEDIA: Befreiungsausschuss Südtirol. Online im WWW Unter URL: http://de.wikipedia.org/wiki/Befreiungsausschuss_S%C3%BCdtirol [Format: HTML; Stand: 14.12.2008].

WIKIPEDIA: Ethnischer Proporz (Südtirol). Online im WWW unter URL: [http://de.wikipedia.org/wiki/Ethnischer_Proporz_\(S%C3%BCdtirol\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Ethnischer_Proporz_(S%C3%BCdtirol)) [Format: HTML; Stand: 9.12.2008].

WIKIPEDIA: Multiplikator. Online im WWW unter URL: [http://de.wikipedia.org/wiki/Multiplikator_\(Werbung\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Multiplikator_(Werbung)) [Format: HTML; Stand: 29.1.2009].

WILLERS, Peter: Bürgermedien in der Praxis. 2005. Online im WWW unter URL: <http://www.bürgerrundfunk.de> [Format: HTML; Stand: 8.6.2008].

ZEITGESCHICHTE INFORMATIONS SYSTEM: 14.2.1961: Anschläge gegen Denkmäler in Südtirol. Online im WWW unter URL: http://zis.uibk.ac.at/stirol_doku/dokumente/19610214.html [Format: HTML; Stand: 12.12.2008].

12.4 Videos

MESSNER, Reinhold. Interview zum Thema Medien und Politik Südtirol. IN: SPRACHROHR.TV: Medien und Politik. Online im WWW unter URL: http://archiv.sprachrohr.tv/index.php?option=com_seyret&Itemid=27&task=videodirectlink&id=204 [Format: VIDEO; Stand: 28.12.2009].

PAHL, Franz. Interview zum Thema Medien und Politik in Südtirol. IN: SPRACHROHR.TV: Medien und Politik. Online im WWW unter URL: http://archiv.sprachrohr.tv/index.php?option=com_seyret&Itemid=27&task=videodirectlink&id=204 [Format: VIDEO; Stand: 28.12.2009].

HANSEN, Leonhard: Interview bezüglich der Abschaffung des Offenen Kanals in Hamburg. IN: YOUTUBE: Quo Vadis Offener Kanal? Oder die Zukunft des Bürgerfernsehens in Hamburg. Hamburg, 2003. Online im WWW unter URL: <http://www.youtube.com/watch?v=0-myEM2JysA> [Format: VIDEO; Stand: 14.7.2008].

12.5 Gesetzestexte

Allgemeine Erklärung der Menschenrechte. Resolution 217 A (III) der Generalversammlung der Vereinten Nationen, Artikel 19. 1948. Online im WWW unter URL: <http://www.unhchr.ch/udhr/lang/ger.htm> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008].

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission: Broadcasting Act. 1991. Online im WWW unter URL: <http://www.crtc.gc.ca/eng/LEGAL/BROAD.htm> [Format: HTML; Stand: 4.12.2008].

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission: Broadcasting Public Notice CRTC 2002-61. 2002. Online im WWW unter URL: <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2002/pb2002-61.htm> [Format: HTML; Stand: 4.12.2008].

Corte suprema di cassazione: Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato. Legge 6, Nr. 223, Art.1. 1990. Online im WWW unter URL: http://www.italgiure.giustizia.it/nir/lexs/1990/lexs_310817.html [Format: HTML; Stand: 22.10.2008].

Costituzione della Repubblica Italiana. 1. Abschnitt, Teil 1, Art. 21. 1947. Online im WWW unter URL: <http://www.quirinale.it/costituzione/costituzione.htm> [Format: HTML; Stand: 4.11.2008].

Dekret des Parlaments der Deutschsprachigen Gemeinschaft über den Rundfunk und den Kinovorstellungen. Teil 1 Allgemeine Bestimmungen, Artikel 2 Begriffsbestimmungen, Absatz 29 ; Teil 3 Offener Kanal, Artikel 16 Grundsätze, Absatz 29. 2005. Online im WWW unter URL: <http://www.dgparlament.be/ResourceImage.aspx?raid=22155> [Format: HTML; Stand: 22.11.2008].

Dekret des Präsidenten der Republik: Sonderstatut für die Region Trentino-Südtirol. Nr. 670, Art. 19, Absatz 1. 1972. IN: AUTONOME PROVINZ BOZEN: Deutsches Landesschulamt. Online im WWW unter URL: http://www.schule.suedtirol.it/landesschulamt/recht/art-19_statut.htm [Format: HTML; Stand: 9.12.2008].

Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR): Informationsverein Lentia et.al. gegen Österreich. Straßburg, 1993. Online im WWW unter URL: <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?item=51undportal=hbkmundaction=htmlundhighlight=10undsessionid=14059912undskin=hudoc-en> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008].

Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK): Artikel 10, Absatz 1. 1950. Online im WWW unter URL: <http://www.auswaertigesamt.de/diplo/de/AAmt/PolitischesArchiv/DokumenteUndVertraege/501104-EuroMenReKonv-pdf.pdf> [Format: PDF; Stand: 4.10.2008].

Gesetz über die Errichtung einer Anstalt öffentlichen Rechts „Offener Kanal Schleswig-Holstein“. Zweiter Abschnitt, § 9 Finanzierung. 2006. Online im WWW unter URL: http://sh.juris.de/sh/OffKanalG_SH_2006_P9.htm [Format: PDF; Stand: 13.7.2008].

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland (GG). Artikel 5, Absatz 1, Satz 2. 1949. Online im WWW unter URL: http://www.bundestag.de/parlament/funktion/gesetze/grundgesetz/gg_01.html [Format: HTML; Stand: 25.9.2008].

Ministerio dello sviluppo economico (comunicazioni). Norme di principio in materia di assetto del sistema radiotelevisivo e della RAI - Radiotelevisione italiana S.p.A. Legge 3, Nr. 112, Art. 3, Absatz 1. 2004. Online im WWW unter URL: http://www.comunicazioni.it/binary/min_comunicazioni/normativa/L112_2004.pdf [Format: PDF; Stand: 27.10.2008].

Niedersächsisches Mediengesetz (Nmedieng). Vierter Abschnitt Bürgerrundfunk, § 27 Grundlagen und Aufgaben des Bürgerrundfunks, Absatz 3. 2001. Online im WWW unter URL: <http://www.schure.de/2262019/nmedieng2.htm#p27> [Format: HTML; Stand: 10.4.2008].

Österreichisches Rundfunkgesetz (RFG). III. Abschnitt Werbung und Patronanzsendungen, § 13 Definition der Werbung und Werbezeiten, Absatz 7. 2001. Online im WWW unter URL: <http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G#z13> [Format: HTML; Stand: 10.4.2008].

Stand: 13.5.2008].

Österreichisches Rundfunkgesetz (RFG). III. Abschnitt Werbung und Patronanzsendungen, § 17 Patronanzsendungen (Sponsoring), Absatz 1. 2001. Online im WWW unter URL:<http://www.rtr.at/de/rf/ORF-G#z13> [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RstV). II. Abschnitt, § 16 Dauer der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Absatz 1. 1991. Online im WWW unter URL:<http://www.lfk.de/gesetzeundrichtlinien/rundfunkstaatsvertrag/main.html> [Format: HTML; Stand: 13.5.2008].

Südtiroler Landesgesetz: Förderung kultureller Tätigkeiten. Nr. 7, Artikel 3, Absatz 1. 1958. Online im WWW unter URL:<http://lexbrowser.provinz.bz.it/lexbrowser/lgbzp/getlex.asp?lex=lg-1958-7> [Format: HTML; Stand: 13.2.2009].

13. TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Charakteristika öffentlich-rechtlicher Sender, privat-kommerzieller TV-Anstalten und Bürgermedien. Quelle: Eigene Erstellung.....	29
Tabelle 2: Typen von Bürgermedien.....	34
Quelle: Vgl.: TIERSCH, Stephan: Bürgerfernsehen. Eine Untersuchung der Offenen Kanäle in Rheinland-Pfalz unter besonderer Berücksichtigung ihres Verhältnisses zur politischen Kultur. Dissertation, Univ. Trier, 2003. S.111 ; S. 175. Vgl. dazu auch: ZEHE, Harald. Offene Kanäle, Bürgerrundfunk und Ausbildungskanäle in Deutschland. IN: KAMP, Ulrich / STUDTHOFF, Alex (Hrsg.): Offene Kanäle. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 2003. S.71-92.	
Tabelle 3: Funktionen und Ziele von Bürgermedien.....	43
Quelle: Vgl.: RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//DE [Format: HTML; Stand: 30.09.2008]. Vgl. dazu auch: BUNDESVERBAND OFFENER KANÄLE (BOK): Buckower Perspektiven – Offene Kanäle gestalten Zukunft. Buckow, 2004. Online im WWW unter URL http://www.bok.de/doku/buckow04.pdf [Format: PDF; Stand: 30.6.2008].	
Tabelle 4: Repressiver und emanzipatorischer Mediengebrauch bei Enzensberger.....	64
Quelle: ENZENSBERGER, Hans-Magnus. IN: PIAS, Claudia / VOGL, Joseph / ENGELL, Lorenz (Hrsg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 1999. S. 278.	
Tabelle 5: Liste der Auswirkungen auf „PEG-Channels“ durch die neue Gesetzeslage in den USA.....	71
Quelle: SAVE ACCESS: Why the Congressional Hearing on PEG Matters. 2008. Online im WWW unter URL: http://saveaccess.org/node/2119 [Format: HTML; Stand: 16.09.2008].	
Tabelle 6: Wohnbevölkerung in Südtirol nach Sprachgruppen laut Volkszählung von 1880 bis 2001.....	115
Quelle: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): 2001 – Statistisches Jahrbuch für Südtirol. Bozen: Autonome Provinz Bozen. Landesinstitut für Statistik, 2001. S.108. Online im WWW unter URL: http://www.provinz.bz.it/astat/jb2001/JB_2001.pdf [Format: PDF; Stand: 9.12.2008].	
Tabelle 7: Mandatsverteilung nach Sprachgruppen im Südtiroler Landtag 2003 und 1998.....	128
Quelle: Landesinstitut für Statistik (ASTAT). Online im WWW unter URL: http://www.apollis.it/20d253.html [Format: HTML; Stand: 12.12.2008]	
Tabelle 8: Rangordnung der Fernsehsender in Südtirol nach Tagesreichweite. 2001.	141

Quelle: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Erhebung der Hör- und Sehgewohnheiten in Südtirol.
Bozen: Autonome Provinz Bozen: Landesinstitut für Statistik, 2001. S.13. Online im WWW unter URL:
http://www.provinz.bz.it/astat/schriftenreihe/pdf/medien_2001.pdf [Format: PDF; Stand: 27.12.2008].

Tabelle 9: Mögliche Sendungen bzw. Projekte des Offenen Kanals Südtirol.....205

Quelle: Eigene Erstellung.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Schematische Darstellung der empfohlenen Organisationsstruktur für den Communitysender „OKTO“ in Wien.....47

Quelle: ALTENDORF, Alf: Organisationsformen und Trägerschaft. IN: SCHÜTZ, Johannes(Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.98.

Abbildung 2: Schematische Darstellung der empfohlenen Personalstruktur für den Communitysender „OKTO“ in Wien.....49

Quelle: ALTENDORF, Alf: Organisationsformen und Trägerschaft. IN: SCHÜTZ, Johannes(Hrsg.) / ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.99.

Abbildung 3: Übersicht europäischer Bürgermedien.....67

Quelle: KERN EUROPEAN AFFAIRS (KEA): The State of community media in the European Union. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. S.19. Online im WWW unter URL:
www.europarl.europa.eu/activities/expert/eStudies.do?language=EN [Format: PDF; Stand: 12.09.2008].

Abbildung 4: Übersicht US–amerikanischer Public-, Educational- und Governmental Access Channels (PEG).....72

Quellen: Eigene Erstellung (Google Earth). Vgl: Alliance for Community Media (ACM-National). 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.ourchannels.org/alpha.htm> [Format: HTML; Stand: 20.09.2008]. Vgl. dazu auch: The Global Village CAT. Community and Public Access Television worldwide. 2009. Online im WWW unter URL: <http://www.communitymedia.se/cat/linksus.htm> [Format: HTML; Stand: 20.09.2008]. Vgl. dazu auch: Wikipedia. 2009. Online im WWW unter URL: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_public_access_TV_stations_in_the_United_States [Format: HTML; Stand: 5.09.2008]. Vgl. dazu auch: Video University: Public Access Television Stations and Media Centers. 2009. Online im WWW unter URL: <http://www.videouniversity.com/pubaccess.shtml> [Format: HTML; Stand: 20.09.2008].

Abbildung 5: Übersicht der Bürgermedienlandschaft (Hörfunk und Fernsehen) in der Bundesrepublik Deutschland.....77

Quelle: Eigene Erstellung (Google Earth). Vgl.: ARBEITSGEMEINSCHAFT DER LANDESMEDIENANSTALT IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND (Hrsg.): Jahrbuch 2007. Berlin: Vistas, 2008. S.323-332. Online im WWW unter URL:
http://www.alm.de/fileadmin/Download/ALM_Jahrbuch_2007_Druckversion.pdf [Format: PDF;

Stand: 4.4.2008]. Vgl. dazu auch: The Global Village CAT. Community and Public Access Television worldwide. 2009. Online im WWW unter URL: <http://www.communitymedia.se/cat/linksus.htm> [Format: HTML; Stand: 20.09.2008]. Vgl. dazu auch: Bürgerrundfunk. 2005. Online im WWW unter URL: <http://www.buergerrundfunk.de/> [Format: HTML; Stand: 4.10.2008].

Abbildung 6: Geographische Lage der Deutschsprachigen Gemeinschaft in Ostbelgien.....97

Quelle: DGLIVE!: Portal der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens. Geographie und Lage der DG in Belgien. Online im WWW unter URL: <http://www.dglive.be/> [Format: HTML; Stand: 21.11.2008].

WIKIPEDIA: Ostbelgien. Die 3 belgischen Ostkantone. Online im WWW unter URL: [http://de.wikipedia.org/wiki/Ethnischer_Proporz_\(S%C3%BCdtirol\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Ethnischer_Proporz_(S%C3%BCdtirol)) [Format: HTML; Stand: 9.12.2008].

Abbildung 7: Karte des französischen Bitscherlandes und des deutschen Landkreises Südwestpfalz.....101

Quelle: EUROCLICK: Regionen. Das Bitscher Land und Südwestpfalz. Online im WWW unter URL: <http://www.euroclick-tv.de/start.htm> [Format: HTML; Stand: 29.11.2008].

Abbildung 8: Karte der kanadischen Provinz Neuschottland (Nova Scotia).

Quelle: ASSEMBLY OF MANITOBA CHIEFS: First Nation Communities. Nova Scotia. 2005. Online im WWW unter URL:

<http://www.manitobachiefs.com/multimedia/images/maps/First%20Nations%20Communities%202001%20-%20Nova%20Scotia.jpg> [Format: HTML; Stand: 4.12.2008].....103

Abbildung 9: Karte der Autonomen Provinz Bozen-Südtirol.

Quelle: WIKIPEDIA: Südtirol. Südtirol Landkarte. Online im WWW unter URL:

<http://de.wikipedia.org/wiki/Südtirol> [Format: HTML; Stand: 8.12.2008].110

Abbildung 10: Sprachgruppenzugehörigkeits- und -zuordnungserklärung nach Gemeinden laut Volkszählung 2001. Angaben in Prozent.....115

Quelle: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): 2008 – Statistisches Jahrbuch für Südtirol. Bozen, 2008. S. 123. Online im WWW unter URL http://www.provinz.bz.it/astat/download/jb_2008.pdf [Format: PDF; Stand: 9.12.2008].

Abbildung 11: Exit Polls zur Landtagswahl 2008 nach Sprachgruppenzugehörigkeit.....129

Quelle: ROLAND, Lafogler: Wahlumfragen Exit Poll zur Landtagswahl 2008. Online im WWW unter URL: http://projekte.gobbz.net/lw2008/exitpoll/Auswertung_Exit_Polls.pdf [Format: PDF; Stand: 12.12.2008].

Abbildung 12: Das „magische Dreieck“ der Cultural Studies.....155

Quelle: ADOLF, Marian: Die unverstandene Kultur. Perspektiven einer Kritischen Theorie der Mediengesellschaft. Cultural Studies Band 19. Bielefeld: transcript, 2006. S.129.

Abbildung 13: Nonprofit-Organisation in Südtirol.....199

Quelle: Landesinstitut für Statistik (ASTAT): Non-Profit in Südtirol, 1999. S.27. Online im WWW unter URL: www.provinz.bz.it/astat/download/nonprofit_1999.pdf [Format: PDF; Stand: 7.2.2009].

Abbildung 14: Infrastrukturgesamtkosten für den Wiener-Communitysender „OKTO“	212
--	-----

Quelle: ALTENDORF, Alf: Finanzplan. Kalkulationen. IN: SCHÜTZ, Johannes (Hrsg.) /ALTENDORF, Johannes / STACHEL, Robert: Studie zur Machbarkeit des Offenen Fernsehkanals Wien. Wien: Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien, 2002. S.129.

Abbildung 15: Haushaltplan für die Autonome Provinz Bozen-Südtirol für das Jahr 2008.....	215
--	-----

Quelle: AUTONOME PROVINZ BOZEN. Abteilung für Finanzen und Haushalt: Haushaltsplan 2008. S.10. Online im WWW unter URL: <http://www.provinz.bz.it/finanzen-haushalt/download/bilancio2008DE.pdf> [Format: HTML; Stand: 13.2.2009].

14. ANHANG

14.1 UNTERSTÜTZUNGSERKLÄRUNG (Muster)

UNTERSTÜTZUNGSERKLÄRUNG

FÜR DEN AUFBAU

EINES OFFENEN KANALS IN SÜDTIROL

Ich bin Student der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften in Wien und schreibe gerade an meiner Diplomarbeit bei Prof. Thomas A. Bauer zum Thema „Offene Kanäle“. Zentraler Bestandteil meiner Arbeit ist die Frage ob es möglich wäre bzw. welche (technischen, finanziellen und politischen) Voraussetzungen es bedarf, um einen Offenen Kanal in Südtirol (das wäre der Erste in ganz Italien!) zu etablieren. Dabei möchte ich versuchen ein Bewusstsein für die Wichtigkeit eines Offenen Kanals in Südtirol zu schaffen.

Weiters will ich aufzeigen, warum es gerade dort, wo faktisch eine Parallelgesellschaft mit einem ethnisch getrennten Mediensystem für deutsch- und italienischsprachige Südtiroler existiert, von essentieller Bedeutung wäre, Bürgermedien aufzubauen und zu fördern. Besonders an einem Ort wie in Südtirol, an dem es – meiner Meinung nach – nicht genügend Meinungsvielfalt und Gegenöffentlichkeit gibt, wo es an Möglichkeiten zur Artikulation und Partizipation am gesellschaftlichen Diskurs fehlt, könnte ein zukünftiger Offener Kanal positive Impulse setzen. Ein solcher Offener Kanal könnte als Ort der Begegnung fungieren und eine Brücke zwischen den beiden größten Ethnien Südtirols bilden.

Außerdem würde er Demokratie- und Integrationsfördernd sein, die lokale Kommunikation, sowie den sozialen und kulturellen Nahraum anregen und schließlich den interkulturellen Dialog beleben.

Ich erkläre mich hiermit generell und unverbindlich mit dem Anliegen eines Offenen Kanals in Südtirol solidarisch und würde die Realisierung eines derartigen Projekt sehr begrüßen.

14.2 ANFRAGE FÜR EINE STELLUNGNAHME ZU EINEM OFFENEN KANAL IN SÜDTIROL (Muster: deutsche Fassung)

Grüß Gott,

Ich bin Student der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften in Wien und schreibe gerade an meiner Diplomarbeit zum Thema „**Offene Kanäle**“. Offene Kanäle sind nichtkommerzielle, demokratische, werbefreie, lokale oder regionale Radio- und/oder Fernsehsender, die allen BürgerInnen einen freien und gleichberechtigten Zugang garantieren und ihnen die Möglichkeit bieten, sich mit selbst gestalteten und eigenverantwortlich produzierten Beiträgen unter fachkundiger Anleitung von Medienassistenten – ohne Zensur, doch unter Einhaltung allgemeiner gesetzlicher Bestimmungen – an die Öffentlichkeit zu wenden.

Der Offene Kanal ist Fernsehen zum Selbermachen, von BürgerInnen für BürgerInnen!

*(für weitere Informationen über Offene Kanäle siehe www.buergerrundfunk.de,
www.bok.de ODER www.offener-kanal.at)*

Zentraler Bestandteil meiner Arbeit, ist die Frage ob es möglich wäre bzw. welche (technischen, finanziellen und politischen) Voraussetzungen es bedarf, um einen Offenen Kanal in Südtirol (das wäre der Erste in ganz Italien!) zu etablieren.

Ich würde Sie um eine **kurze Stellungnahme** zu einem zukünftigen Offenen Kanal in Südtirol bitten. Würden Sie bzw. ihre Organisation/Institution, ein derartiges Projekt hier in Bozen allgemein eher begrüßen oder ablehnen.

Wie würden Sie dieses Vorhaben gegebenenfalls unterstützen? Welche Vor- und Nachteile würde ein solches Bürgerfernsehprojekt den deutsch- und italienischsprachigen SüdtirolerInnen bringen?

Und welche politischen, finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen wären schließlich für die Errichtung eines Offenen Kanals in Südtirol nötig?

Ihr Beitrag würde eine große Bereicherung für meine Diplomarbeit darstellen!

Ich wäre Ihnen sehr dankbar für eine Antwort und verbleibe derweil mit freundlichen Grüßen,

Florian Platter
(Südtirol)

14.3 ANFRAGE FÜR EINE STELLUNGNAHME ZU EINEM OFFENEN KANAL IN SÜDTIROL (Muster: italienische Fassung)

Buon giorno,

sono studente delle scienze di comunicazione á Vienna, dove scrivo la mia tesi di laurea sulla televisione ad accesso pubblico. La "tv dei cittadini" (ovvero media comunitari, canali aperti, "open channels") é una tv (o radio) locale, non-commerciale,

atica e indipendente, sia dalle autorità nazionali sia da quelle locali, che si occupana principalmente di attività di interesse per il pubblico e la società civile e che persegue obiettivi chiaramente definiti che comportano sempre un beneficio sociale e che contribuiscono al dialogo interculturale. La „tv die cittadini“ é aperta alla partecipazione di tutti i membri della comunità alla creazione dei programmi, inclusi gli aspetti inerenti al funzionamento e alla gestione, fermo restando che i responsabili del contenuto editoriale devono invece essere in possesso di qualifiche professionali.

Media comunitari esistono già da anni per esempio negli Stati Uniti, in Germania o in Austria, mentre in tutta Italia non é ancora presente. Anche il Parlamento Europeo riconosce i benefici sociali e culturali dei media comunitari: sottolinea che i media comunitari costituiscono uno strumento efficace per rafforzare la diversità culturale e linguistica, l'inclusione sociale e l'identità locale. Svolgono un ruolo importante nella promozione della tolleranza e del pluralismo nella società e contribuiscono al dialogo interculturale. Promuovono il dialogo interculturale educando il pubblico, combattendo gli stereotipi negativi e correggendo le idee veicolate dai mezzi di comunicazione di massa. I media comunitari contribuiscono a rafforzare il pluralismo dei mezzi di comunicazione, presentando punti di vista diversi su questioni di particolare rilevanza per una determinata comunità. I media comunitari contribuiscono in modo evidente a migliorare l'alfabetizzazione mediatica dei cittadini, in particolare attraverso il loro

coinvolgimento diretto nell'elaborazione e distribuzione dei programmi.

Il Parlamento Europeo invita infine gli Stati membri a garantire un sostegno più attivo ai media comunitari e consiglia di riconoscere giuridicamente i media comunitari come un gruppo distinto, accanto ai mezzi di comunicazione pubblici e commerciali.

Per ulteriori informazioni: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0263+0+DOC+XML+V0//IT>

I media comunitari potrebbero fungere, specialmente in una zona bilingue con due etnie così compatte come in Alto Adige, come un connettivo importante. Potrebbe diventare un luogo fondamentale di comunicazione, d'incontro e del dialogo interculturale; una sede d'informazione, creatività, educazione e cultura aperta per tutti !

Vi sarei molto grato per una presa di posizione: voi sareste a favore o contro una „tv dei cittadini“ bilingue qui a Bolzano? Perché ?

E quale premessa di tipo politico, finanziario e organizzativo sarebbero necessaria?

La vostra risposta sarebbe un' onore e di grande importanza per la mia tesi di laurea!

La ringrazio e Le auguro una buona giornata.

Distintamente,

Florian Platter

(Alto Adige)

14.4 STELLUNGNAHME ZU EINEM OFFENEN KANAL IN SÜDTIROL

14.4.1 José Manuel Durão Barroso, Präsident der Europäischen Kommission. Mail vom 31. Oktober 2008.

Sehr geehrter Herr Platter,

Präsident Barroso hat mich gebeten, Ihre Email vom 8. Oktober 2008 bezüglich der möglichen Gründung eines Offenen Kanals in Südtirol zu beantworten. Ich stimme Ihnen zu, dass von einer solchen Initiative die beiden Hauptsprachgemeinschaften in Südtirol profitieren könnten.

Die Europäische Kommission teilt den in der Entschließung des Europäischen Parlaments vom 25. September 2008 zu Bürgermedien in Europa (2008/2011 (INI)) ausgedrückten Wunsch, die öffentliche Wahrnehmung der Bürgermedien zu verbessern. Diese Medien können zu Medienpluralismus und sozialer Integration unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Vorstellungen, die Mitgliedstaaten aufgrund ihres jeweiligen kulturellen und politischen Hintergrunds von Bürgermedien haben, beitragen.

Wie die Entschließung des Europäischen Parlaments betont, wird in keinem der einschlägigen Rechtstexte der Union der Begriff Bürgermedien verwendet. Es liegt daher in der Verantwortung jedes einzelnen Mitgliedstaates, Bürgermedien rechtlich anzuerkennen und sie als alternative, basisorientierte Möglichkeit zur Steigerung des Medienpluralismus zu berücksichtigen.

Die Generaldirektion Informationsgesellschaft und Medien (DG INFSO) hat leider kein Budget, um die Gründung von Fernsehsendern finanziell zu unterstützen. Auch das Programm MEDIA 2007, das das wesentliche Förderinstrument der Europäischen Union für audiovisuelle Inhalte darstellt, finanziert keine Fernsehsender als solche.

Ich möchte Ihnen trotzdem vorschlagen, das Europäische Parlament über diese interessante Idee zu informieren und die Mitgliedstaaten mit Interesse an einem solchen Projekt zu kontaktieren.

Mit freundlichen Grüßen

Jean-Eric de Cockborne
Head of Audiovisual and Media Policies Unit
Information Society and Media Directorate-General
European Commission
B-1049 Brussels

**14.4.2 Viviane Reding, EU-Kommissarin f. Informationsgesellschaft & Medien.
Unterstützungserklärung unterschreiben am 10. August 2007.**



EUROPÄISCHE KOMMISSION

Kabinett von Viviane Reding
Mitglied der Europäischen Kommission

Mitglied des Kabinetts

Brüssel, den 10. August 2007
CF/as D(07) 1844– A(07) 2881

Sehr geehrter Herr Platter,

Kommissarin Reding hat mich gebeten Ihnen für Ihr Schreiben vom 5. Juli zu danken, in dem Sie um Informationen und Förderung für Ihr Projekt eines Offenen Kanals in Südtirol bitten.

Hierzu kann ich Ihnen nur mitteilen, dass es kein Programm der Europäischen Union gibt, das Rundfunk oder Fernsehen Zuschüsse erteilt.

Mit freundlichen Grüßen

Christophe FORAX

Herrn Florian Platter

Email: comeasUare@gmx.net

Commission européenne, B-1049 Bruxelles / Europese Commissie, B-1049 Brussel - Belgien. Telefon: (32-2) 299 11 11.
Büro: BERL. 12/338. Telefon: Durchwahl (32-2) 29-56.964. Telefax: (32-2) 29-60.746.

E-mail: Christophe.Forax@ec.europa.eu

**14.4.3 Karin Resetarits, EU-Parlamentarierin (ALDE, Allianz der Liberalen und Demokraten für Europa), österreichische Journalistin, Moderatorin und Autorin.
Unterstützungserklärung unterschreiben am 16. Oktober 2008.**

UNTERSTÜTZUNGSERKLÄRUNG

FÜR DEN AUFBAU

EINES OFFENEN KANALS IN SÜDTIROL

Ich bin Student der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften in Wien und schreibe gerade an meiner Diplomarbeit bei Prof. Thomas A. Bauer zum Thema „Offene Kanäle“. Zentraler Bestandteil meiner Arbeit ist die Frage ob es möglich wäre bzw. welche (technischen, finanziellen und politischen) Voraussetzungen es bedarf, um einen Offenen Kanal in Südtirol (das wäre der Erste in ganz Italien!) zu etablieren. Dabei möchte ich versuchen, ein Bewusstsein für die Wichtigkeit eines Offenen Kanals in Südtirol zu schaffen.

Weiters will ich aufzeigen, warum es gerade dort, wo faktisch eine Parallelgesellschaft mit einem ethnisch getrennten Mediensystem für deutsch- und italienischsprachige Südtiroler existiert, von essentieller Bedeutung wäre, Bürgermedien aufzubauen und zu fördern. Besonders an einem Ort wie in Südtirol, an dem es – meiner Meinung nach – nicht genügend Meinungsvielfalt und Gegenöffentlichkeit gibt, an dem es an Möglichkeiten zur Artikulation & Partizipation am gesellschaftlichen Diskurs fehlt und an dem ausschließlich, die seit Jahrzehnten regierende Partei, ihre „Themen“ und ihre „Agenda“ an die Öffentlichkeit bringt, könnte ein zukünftige Offener Kanal positive Impulse setzen. Ein solcher Offener Kanal könnte als Ort der Begegnung fungieren und eine Brücke zwischen den beiden größten Ethnien Südtirols bilden.

Außerdem würde er Demokratie- und Integrations-fördernd sein, die lokale Kommunikation, sowie den sozialen und kulturellen Nahraum anregen und schließlich den interkulturellen Dialog beleben.

Ich erkläre mich hiermit generell und unverbindlich mit dem Anliegen eines Offenen Kanals in Südtirol solidarisch und würde die Realisierung eines derartiges Projekt sehr begrüßen.

NAME (in Blockschrift)

DATUM

UNTERSCHRIFT

RESETARITS KARIN 16/10/2008 

14.4.4 Johannes Schütz, Herausgeber der „Studie zur Umsetzung eines Offenen Fernsehkanals“, sowie Obmann des „Arbeitskreises Offene Kanäle Österreich“ (AOKÖ). Unterstützungserklärung unterschreiben am 14. Oktober 2008.

UNTERSTÜTZUNGSERKLÄRUNG

FÜR DEN AUFBAU

EINES OFFENEN KANALS IN SÜDTIROL

Ich bin Student der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften in Wien und schreibe gerade an meiner Diplomarbeit bei Prof. Thomas A. Bauer zum Thema „Offene Kanäle“. Zentraler Bestandteil meiner Arbeit ist die Frage ob es möglich wäre bzw. welche (technischen, finanziellen und politischen) Voraussetzungen es bedarf, um einen Offenen Kanal in Südtirol (das wäre der Erste in ganz Italien!) zu etablieren. Dabei möchte ich versuchen, ein Bewusstsein für die Wichtigkeit eines Offenen Kanals in Südtirol zu schaffen.

Weiters will ich aufzeigen, warum es gerade dort, wo faktisch eine Parallelgesellschaft mit einem ethnisch getrennten Mediensystem für deutsch- und italienischsprachige Südtiroler existiert, von essentieller Bedeutung wäre, Bürgermedien aufzubauen und zu fördern. Besonders an einem Ort wie in Südtirol, an dem es – meiner Meinung nach – nicht genügend Meinungsvielfalt und Gegenöffentlichkeit gibt, an dem es an Möglichkeiten zur Artikulation & Partizipation am gesellschaftlichen Diskurs fehlt und an dem ausschließlich, die seit Jahrzehnten regierende Partei, ihre „Themen“ und ihre „Agenda“ an die Öffentlichkeit bringt, könnte ein zukünftige Offener Kanal positive Impulse setzen. Ein solcher Offener Kanal könnte als Ort der Begegnung fungieren und eine Brücke zwischen den beiden größten Ethnien Südtirols bilden.

Außerdem würde er Demokratie- und Integrations-fördernd sein, die lokale Kommunikation, sowie den sozialen und kulturellen Nahraum anregen und schließlich den interkulturellen Dialog beleben.

Ich erkläre mich hiermit generell und unverbindlich mit dem Anliegen eines Offenen Kanals in Südtirol solidarisch und würde die Realisierung eines derartigen Projekt sehr begrüßen



14.4.5 Michl Ebner, SVP-Politiker, EU-Parlamentarier (u.a. im Ausschuss für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung und als Stellvertreter im Ausschuss für Kultur und Bildung tätig), Präsident der Handelskammer Bozen und Direktor des Athesia-Verlages. Mail vom 28. Jänner 2009.

Sehr geehrter Herr Platter!

Die interessante Themenwahl für Ihre Doktorarbeit ist von großer Aktualität! Gerade im Jahr des interkulturellen Dialogs 2008 kommt den Medien in der Europäischen Union eine besondere Rolle als vortreffliches Instrument zur Meinungsäußerung und Information für kleinere kulturelle Gruppen in der Gesellschaft als Ganzes zu. Sie sind ein wirksames Mittel, die soziale und sprachliche Vielfalt sowie die soziale Integration und die lokale Identität zu fördern.

Auch in Südtirol wäre dies eine Chance den Dialog zwischen den verschiedenen Sprachgruppen zu fördern, ihnen zu einer gleichberechtigten Stellung zu verhelfen, negative Stereotype zu bekämpfen und das Bild, das oft von gesellschaftlichen Gruppen vermittelt wird zurechtzurücken.

Bürgermedien sollten demnach innerhalb des Medienbereichs neben kommerziellen und öffentlichen Medien eine eigene Gruppe bilden. Eine der Hauptschwächen in Bezug auf ihre Position in Europa ist die mangelnde rechtliche Anerkennung in vielen nationalen Gesetzen. Auf der Grundlage der derzeit geltenden Regelungen sollten die Mitgliedstaaten von der Möglichkeit Gebrauch machen, „must carry“-Verpflichtungen in ihren nationalen Rechtsvorschriften unter Einbeziehung der Bürgermedien zu definieren. „Must carry“-Verpflichtungen müssen vor dem Hintergrund von eindeutig definierten Zielen des allgemeinen Interesses angemessen sein. Diese Ziele umfassen unter anderem die Meinungsfreiheit, den Medienpluralismus, die kulturelle und sprachliche Vielfalt und die soziale Eingliederung.

Der Status quo in Italiens Medienlandschaft lässt aber die Hoffnung auf eine reelle Möglichkeit diese Idee der Bürgermedien umzusetzen kleiner werden.

Der Trubel um das Gasparri Gesetz lehrt, dass in Italien die Kombination wirtschaftlicher, politischer und medialer Macht den Wettbewerb auf den Fernsehmarkt zugunsten einiger Sender deutlich einschränkt haben. Italien wurde mehrmals ermahnt massiv in die Medienpolitik einzugreifen, hat aber noch nicht ausreichend zufrieden stellende Ergebnisse erhalten.

Die Einführung nicht kommerzieller Medien- unabhängig von lokaler Macht erscheint mir derzeit als sehr schwierig, aber nicht unmöglich. Die EU hat den notwendigen Input gegeben und wird weiter daran arbeiten, die Medienlandschaft der Mitgliederstaaten im Sinne dieses sozialen Projekts der demokratischen Beteiligung und der Bürger an den Medien zu beeinflussen.

Für nähere Informationen können Sie sich direkt an die EU-Kommission wenden.
Email: eac-info@ec.europa.eu

Auf diesem Wege wünsche Ich Ihnen eine erfolgreiche Arbeit.

Mit freundlichen Grüßen, Michl Ebner

14.4.6 Oskar Petterlini, SVP-Mitglied, Präsidiumsmitglied im Sentat für Umwelt, Schule und Kultur. Abgeordneter im Südtiroler Landtag und Vertreter Südtirols im römischen Senat. Mail vom 9. Oktober 2008.

Geehrter Herr Platter,

Sie sind in diesem Bereich besser vorbereitet als ich, deshalb werden Sie die erste Frage sicher qualifizierter beantworten können. Von der Güte des Projektes bin ich überzeugt, allerdings mit den notwendigen öffentlichen Garantien, um Missbrauch, beispielsweise unkontrollierte Angriffe und Verleumdungen, zu vermeiden (Medienmonopole und Verletzung der Privatsphäre). Unter diesen Voraussetzungen würde ich ein solches Projekt unterstützen, wobei ich mich frage ob es sinnvoll ist, gebietsmäßig einzugrenzen. Sollten die notwendigen, oben erwähnten, Garantien gegeben sein, sehe ich nur Vorteile, um den Pluralismus und die Demokratie zu fördern. Die Voraussetzungen können Sie besser beantworten, die Politik müsste die Rahmenbedingungen setzen, die wohl kaum auf Südtirol allein beschränkt sein können, sondern einer internationalen Regelung bedürfen, zumindest einer staatlichen.

Mit den besten Wünschen und Grüßen
Sen. Oskar Peterlini

14.4.7 Luis Durnwalder, Landeshauptmann Südtirols (SVP). Mail vom 6. Oktober 2008.

Sehr geehrter Herr Platter,

herzlichen Dank für Ihre mail. Ich beglückwünsche Sie zu diesem sicherlich interessanten Studium in Wien. Dieser Bereich bietet in jedem Fall gute Berufsaussichten.

Zum Thema „Offene Kanäle“ kann ich eigentlich nur sagen, dass sich damit völlig neue medienspezifische Perspektiven eröffnen würden. Was die spezifische Umsetzung in Südtirol angeht, ist dafür sicherlich noch einiges an Vorarbeit zu leisten, bis so ein innovatives Projekt Realität werden könnte. Ich bin gespannt darauf.

Leider ist es mir zeitlich in den nächsten Wochen nicht möglich, Sie zu einem Interview in Bozen zu empfangen, da ich bis zur bevorstehenden Landtagswahl am 26. Oktober einen mehr als übvollen Terminkalender habe und in den Novemberwochen mit möglichen Regierungsverhandlungen beschäftigt bin. Ich hoffe auf Ihr Verständnis!

Ich wünsche zwischenzeitlich viel Erfolg und sende Ihnen meine besten Grüße

Dr. Luis Durnwalder
Landeshauptmann

14.4.8 Luca Refatti, Demokratische Partei (partito democratico) Südtirol. Mail vom 9. Oktober 2008.

Lieber Florian,
wir würden einen solchen Kanal begrüßen! Ich denke dass ein solches Projekt in Italien und in Südtirol besonders wichtig ist, um das lokale und nationale Medienmonopol zu schwächen.

Auf nationaler Ebene wird die Demokratische Partei bald etwas einem offenen Kanal ähnliches anbieten: <http://www.youDEM.tv> - schau mal nach!

Welche Voraussetzungen notwendig sind, weiss ich leider nicht. Im Internet gibt es das von Kurt Duschek aufgebaute <http://www.sprachrohr.tv> - das hat einen vielleicht ähnlichen Ansatz. Oder auf nationaler Ebene <http://www.arcoiris.tv>

Ich wünsche Dir viel Erfolg!
MfG

Luca Refatti
Demokratische Partei PD

14.4.9 Andreas Pöder, Union für Südtirol., Landesabgeordneter der Union für Südtirol. Er ist Mitglied der Sonderkommission Wahlgesetzgebung und Bürgerbeteiligung des Landtages. Mail vom 7. Oktober 2008.

Sehr geehrter Herr Platter,
vielen Dank für Ihre Anfrage.
Also als ehemaliger Radio- und Fernsehmann bin ich sehr wohl für einen "offenen Kanal". Allerdings gelten auf italienischem Staatsgebiet hinsichtlich Frequenzen und hinsichtlich der Medienarbeit und auch der rechtlichen Verantwortlichkeit recht strenge Gesetze, so dass ein offener Kanal wohl schwierig umzusetzen ist.

In Wahlzeiten (gleich welche Wahl) beispielsweise ist die so genannte "par conditio" einzuhalten, eine strenge Regelung hinsichtlich der politischen Berichterstattung. Damit würde die Umsetzung eines "offenen Kanals" schwer beeinträchtigt, zumal in Wahlkampfzeiten keinerlei politische bzw. parteipolitische Aussagen getroffen werden dürften.

Finanziell gesehen, müsste ein solcher offener Kanal von privaten Trägern finanziert werden, die öffentliche Hand dürfte grundsätzlich nur bescheidene Beiträge in das Projekt stecken. Allerdings bin ich der Meinung, dass mindestens gleich viel Gelder in das Projekt "Offener Kanal" fließen müssten, wie in andere öffentlich-rechtliche oder private Rundfunkstationen.

Hinsichtlich der politischen Umsetzbarkeit sind Zweifel angebracht, zumal in Südtirol "offene Berichterstattung" nicht unbedingt erwünscht ist und ein Offener Kanal bei der Mehrheitspartei durchaus auf Skepsis stoßen würde.

Ich erinnere daran, dass schon die Live-Berichterstattung aus dem Landtag (Streaming über Internet oder Berichte in einem lokalen Fernsehsender) daran scheitert, dass die Mehrheitspartei soviel Öffentlichkeit für unbequeme Debatten im Landtag scheut.

Ob ein Offener Kanal in Südtirol zensurfrei sein würde, wage ich zu bezweifeln - zu wünschen wäre es allemal.

Mit besten Grüßen
Andreas Pöder

14.4.10 Werner Thaler, SÜD-TIROLER FREIHEIT. Mail vom 13. Oktober 2008

Sehr geehrter Herr Platter,
herzlichen Dank für Ihre E-Mail.

Sie möchten wissen, ob wir als Bewegung SÜD-TIROLER FREIHEIT die Einrichtung eines "Offenen Kanals" begrüßen oder ablehnen würden und welche politischen, finanziellen und organisatorischen Voraussetzungen für die Errichtung eines Offenen Kanals in Süd-Tirol nötig wären.

Die Bewegung SÜD-TIROLER FREIHEIT steht einer breiten Medienvielfalt sehr positiv gegenüber, deshalb würden wir ein solches Projekt auf jeden Fall begrüßen. Sehr interessant! Immer mehr Medien stehen in Süd-Tirol unter politischer Einflussnahme bzw. und politischer Abhängigkeit, weshalb es Alternativen und einen freien geregelten Zugang zu den Medien braucht.

So wie in Süd-Tirol Initiativen für mehr "Direkte Demokratie" angestrebt werden, müsste auch in Süd-Tirol ein Projekt "Offener Kanal" unterstützt werden. Damit gibt man den Bürgern eine für Süd-Tirol neue Möglichkeit der Vermittlung wichtiger Informationen.

Aufgrund des dichten Netzes der Frequenzen, stelle ich mir persönlich die technische und organisatorische Umsetzung als eher schwierig vor, muss aber zugeben mich mit der Thematik bislang zu wenig befasst zu haben. Finanziell müsste ein solches Projekt so finanziert werden, dass unabhängige Berichterstattung gewährleistet bleibt.

Soweit unsere kurze Stellungnahme. Wenn Sie weitere Auskünfte benötigen, bitte melden ...

Ich wünsche Ihnen alles Gute für die Diplomarbeit

Mit freundlichem Gruß
Werner Thaler
SÜD-TIROLER FREIHEIT

14.4.11 Stefan Lausch, Initiative für mehr Demokratie. Erstunterzeichner des Gesetzesentwurf der direkten Demokratie). Mail vom 8. Oktober 2008.

Grüß Dich, Florian Platter,

da arbeitest Du an einer interessanten und wichtigen Entwicklung! Keine Frage: Die freie (!) Verständigungsmöglichkeit der Bürgerinnen und Bürger ist für die Demokratie, für ihre Ab-stimmung unter- und miteinander, entscheidend. Zusammen mit einer Neuregelung des Wahlrechts für eine freiere Wahl, meine ich, sollten wir als Initiative für mehr Demokratie, nach dem Durchbruch mit der Direkten Demokratie (gelingt hoffentlich mit der Volksabstimmung 2009), die Frage der freien Information angehen. Von daher werde ich mich innerhalb der Initiative auch für die Unterstützung dieses Projektes aussprechen und einsetzen. Ich kann absolut keine Nachteile für ein solches Projekt sehen, nur halt Schwierigkeiten, ein solches zu realisieren. Überzeugung und Ausdauer können aber auch diese überwinden. Im Internetbereich gibt es bei uns ja schon etwas Ähnliches: <http://www.sprachrohr.tv/>

Gut anwendbare Direkte Demokratie scheint mir, im Sinne einer neuen politischen Kultur - die jetzt einmal erst einer praktischen Bestätigung bedarf - für dieses Projekt wesentlich, so wie Abstimmung und Information komplementär sind. Organisatorische Fähigkeiten braucht es überall, wo es darum geht, Spielräume in einem mehr oder weniger geschlossenen System für Neuerungen zu nutzen. Die finanzielle Frage ist dort, wo die Zeit und die Sache reif sind, wenn auch nicht einfach zu lösen, so doch zweitrangig: die finanziellen Möglichkeiten finden sich.

Über einen weiteren Austausch zur Sache freuen wir uns.

Alles Gute und schönen Gruß

Stephan Lausch

14.4.12 Peter Grünfelder, Kulturportal Südtirol. Mail vom 10. Oktober 2008.

Hallo Florian,

interessante Arbeit die du dir vorgenommen hast, vielleicht kann ich dir durch meine E-Mail einige Impulse geben.

In Italien gibt es vielleicht keinen offenen Kanal, aber es gibt Radion Tandem, wo auch jeder Bürger hingehen kann und Sendungen gestalten. Ein offener Kanal, nach den Modellen im deutschsprachigen Raum ist sicherlich interessant. Noch viel Interessanter finde ich das Internet, insbesondere das Web. Es ist ja schließlich auch offen für alle Bürger.

Bewegtes Bild (Film) ist eine Disziplin, die nicht einfach ist. Da bekommt man unter Umständen viel "Mist" zu hören und zu sehen. Und das ist genau das was man im Web erlebt. (Nicht alles ist schlecht!!!)

Ich für meinen Geschmack finde das Medium Web schon vom Prinzip her viel demokratischer und offener als beispielsweise Radio und Fernsehen: "many to many" statt "one to many".

Das Web bietet heute nicht nur Film, Sound und Bild, mit dem sogenannten Web 2.0 ist es möglich Systeme für die breite Masse einzuführen, mit denen alle möglichen Anwendungen bedient werden können. Ein direkter Zugriff auf

Datenbanken ist möglich.

Da könnte man jetzt noch stundenlang weiterschreiben, ich möchte aber an dieser Stelle unterbrechen. Was mich besonders interessieren würde ist wie stehen denn die Vertreter/innen der direkten Demokratie zu diesem Thema.

MfG

Peter Grünfelder

P.S.: Falls jedoch jemand einen offenen Kanal machen möchte würde ich diese initiative unterstützen. Nicht mit Geld aber mit Taten.

14.4.13 Günther Niedermair, Jugend und Kulturzentrum „UFO“, Brixen. Mail vom 13. Oktober 2008.

Hallo Florian,

ich habe mich mit "Offenen Kanälen" bisher zu wenig auseinandergesetzt, konnte mir deshalb auch keine fundierte Meinung bilden. Grundsätzlich ist aber die intensive und erhöhte Beteiligung, Mitgestaltung und Mitbestimmung der Bürger am öffentlichen Leben zu begrüßen. Die Vielfalt und Autonomie im Mediensektor sind Garanten für Demokratie und Meinungsfreiheit. Allerdings sehe ich (wie bereits von Peter Grünfelder vorweggenommen) die Möglichkeiten des Webs geeigneter, einen schnellen und unkomplizierten Zugang zur Meinungsäußerung, Diskussion, Vernetzung, Filmen, Fotos, Projekten usw.usw. (auch mit allen bekannten Nachteilen) zu finden. Ich denke, im Web bzw. in den verschiedenen Foren und Blogs kann man auch viel schneller und direkter reagieren, wenn man zu einem bestimmten Thema eine andere Meinung hat.

Viele Grüße und alles Gute!!

Gunther

14.4.14 Thomas Brancaglion, Volontär bei Radio Tandem, ein 1977 in Bozen gegründetes freies nicht-kommerzielles Bürgerradio und wichtiger lokaler Kulturverein. Mail vom 22. Oktober 2008.

Caro Florian,

scusa se rispondo solo ora alla tua richiesta. Sono Thomas Brancaglion e faccio parte del collettivo di Radio Tandem (forse ci conosciamo anche di vista, siccome ero spesso "afn Rittn"). sarò breve per ragioni di tempo, per cui non potrò essere esaustivo nello svolgere gli argomenti da te toccati. innanzitutto Radio Tandem è una radio comunitaria, esiste da 30 anni ed è nata come "radio popolare", radio del quartiere ad oltrisarco (bz) e tecnicamente è gestita da una cooperativa. tutti i collaboratori ed amministratori vi lavorano su base volontaria, senza percepire alcun rimborso/guadagno. per maggiori info puoi vedere il sito: www.radiotandem.it (storia, chi siamo ecc) e ti inoltro un file dove c'è un riassunto della storia di radio tandem. veniamo ora alla mia (spero condivisa dai miei colleghi in radio) posizione riguardo alle tue domande: sarei certamente a favore di una tv dei cittadini, perche credo nel

valore della pluralità dei media e soprattutto nei media che vengono "dal basso" come si dice. tutto nel senso del motto "be the media" (indymedia)

per quanto riguarda le premessa di tipo politico, finanziario e organizzativo necessarie la risposta è più difficile. sarebbe facile rispondere che dovrebbe cambiare tutto il panorama politico-sociale altoatesino, dove il potere mediatico, politico ed economico è fortemente accentrato e poco plurale e diversificato. una tv dei cittadini deve per forza essere apolitica/apartitica e quindi indipendente economicamente. ma sappiamo bene che in alto adige se non sai apparentato a qualche partito/movimento/santo non hai i finanziamenti necessari per rimanere indipendentemente, tranne avere una buona base (persone) e lavorare per il sostentamento della emittente (vedi radio tandem...) con non pochi sacrifici.

spero di non aver fatto troppa confusione, in allegato il file della storia di radio tandem rimango a disponibilità per ulteriori domande,

liebe grüsse nach Wien
Thomas

14.4.15 Kurt Duschek, Journalist und Redakteur für das Internetvideoplattform „sprachrohr.tv.“ Unter anderem bei der Gewerkschaft CISL als Pensionistengewerkschafter tätig. Mail vom 28. Oktober 2008.

Sehr geehrter Herr Florian Plattner,

mit Freude und Begeisterung habe ich Ihre e-mail gelesen und sage es Ihnen kurz und deutlich: Ihr Projekt ist absolut wünschenswert, ok und sollte unbedingt (zweisprachig) realisiert werden. Wenn ich Ihnen in irgend einer Weise behilflich sein kann, so werde ich dies tun. Es wäre wichtig, sich zu treffen und ein direktes Gespräch führen. Meiner bescheidenen Erfahrung nach, (ab 1.5.08, 420.000klicks, ca. 700 videobeiträge) ist jede freie Form der Möglichkeit zur Meinungsäußerung in Südtirol bei den Bürgern willkommen. Habe bis heute noch nie eine Abweisende Meinung erfahren oder zur Kenntnis nehmen müssen. Kontaktieren Sie mich ruhig, es würde mich freuen.

Wünsche Ihnen viel Erfolg bei Ihrer Arbeit!!

Mit freundlichem Gruß
Kurt Duschek

14.4.16 Reinhold Messner, Extrembergsteiger und Politiker der Südtiroler Grünen. Ehemaliger EU- Parlament. Mail vom 14. Oktober 2008.

Sehr geehrter Herr Platter,

so sehr ich für Medienvielfalt bin, so skeptisch sehe ich die „Müllinfos“, die überall dort zirkulieren, wo die Verantwortung fehlt. (Internet, Bürgerforen ...). Wir leben in einer Welt der Überinformation und werden lernen müssen, uns einzuschränken. Mir jedenfalls reichen die jetzigen Möglichkeiten.

Viele Grüße
Reinhold Messner

**14.4.17 Lilli Gruber, Journalistin, Moderatorin (ehemals bei RAI 1, nun bei LA7)
Autorin und ehemalige Europaabgeordnete. Mail vom 28. Oktober 2008.**

Florian, tut mir leid, aber ich bin vor mehr als einem vom EP zurückgetreten und kann mich, auch aufgrund meiner neuen Arbeit, nicht mehr um politische Angelegenheiten kümmern.

Beste Grüße, Lilli Gruber

14.4.18 Günther Rautz, European Academy Bozen/Bolzano (EURAC), Institute for Minority Rights. Mail vom 15. Dezember 2008.

Sehr geehrter Herr Platter,

Ich finde Ihre Initiative toll, kenne mich aber selbst nicht mit dem Thema aus. Vielleicht sollten Sie bei einem RAI Journalisten oder privaten Rundfunkanbietern in Südtirol nachfragen. Ich weiß nur, dass jemand in Meran oder aus dem Vinschgau so einen Offenen Kanal betreibt. Leider habe ich weder den link noch den Namen, sollte aber im Internet zu finden sein.

Inzwischen alles Gute für Ihre Diplomarbeit.

Günther Rautz

14.4.19 Jörg Christian Rainer, Landespresseamt Südtirol. Stellvertretender Chefredakteur. Mail vom 8. Oktober 2008.

Sehr geehrter Herr Platter,

gerne nehme ich im Namen des Landespresseamts zu Ihren Fragen Stellung. Meines Erachtens ist die Diskussion rund um die Einrichtung Offener Kanäle vor ihrem historischen Hintergrund zu sehen, und zwar aus soziologischer, kommunikationswissenschaftlicher und technischer Sicht.

- Was das soziologische Moment betrifft, so ist die Diskussion rund um die Einrichtung Offener Kanäle vor dem Hintergrund des Erstarkens basisdemokratischer Tendenzen in den 70er Jahren zu sehen. In diesen Jahren wurde die Forderung laut, die Bürger möglichst direkt an wichtigen politischen Entscheidungen zu beteiligen und ihnen entsprechend auch Informationskanäle zur Verfügung zu stellen. Diesen Tendenzen haben in der Bundesrepublik Deutschland etwa die Grünen ihren Aufstieg zu verdanken.

- Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ist die Forderung nach Offenen Kanälen vor dem Hintergrund der Diskussion um den Einfluss des Fernsehens zu sehen. Gerade Ende der 70er wurde verstärkt die These vertreten, das Fernsehen beeinflusse mehr als jedes andere Medium die Weltsicht der Menschen. In Deutschland hat etwa Elisabeth Noelle Neumann Studien vorgelegt, wonach das Fernsehen entscheidend zum Ausgang der Bundestagswahlen Ende der 70er / Anfang der 80er Jahre beigetragen habe.

- Aus technischer Sicht ist die Forderung nach Einrichtung Offener Kanäle wiederum vor dem Hintergrund der Frequenzknappheit zu sehen, die lediglich eine begrenzte Anzahl an Sendern zugelassen und damit selbstverständlich auch einen nur begrenzten Zugang zum Medium TV ermöglicht hat. Diesem Dilemma hat man im Übrigen versucht, durch das öffentlich-rechtliche Monopolfernsehen zu begegnen.

Mit den technischen Neuerungen, die eine erste Steigerung der Frequenzen ermöglicht hat, wurden vor allem in den USA und in der BRD erste Offene Kanäle eingerichtet, meist territorial begrenzt und - man kann dies im Nachhinein feststellen - mit mäßigem Erfolg. Meines Erachtens liegt dies an mehreren Faktoren. Zum ersten ist der Offene Kanal in der Praxis seinem theoretischen Anspruch der Basisdemokratie, des Fernsehens von Bürgern für Bürger, nicht nachgekommen. Dies aus dem einfachen Grund, dass das Gestalten von Sendungen zeitintensiv und zudem die Hemmschwelle, vor eine Kamera zu treten, traditionell hoch ist. Die Folge war ein von einigen wenigen gemachtes Fernsehen. Praktisch hat sich zudem die Frage gestellt, wer in Offenen Kanälen die wichtigen Entscheidungen trifft: Wie werden die Sendezeiten eingeteilt? Wer darf vor die Kamera? Mit welchen Inhalten? Schließlich hatten alle eingerichteten Offenen Kanäle mit einem ernsthaften Problem zu kämpfen: mit fehlenden Zuschauern. Dies ist m.E. einfach zu erklären: Kann ein Zuschauer zwischen einem professionell gemachten, professionell aufbereiteten Inhalt und einem amateurhaften wählen, fällt die Entscheidung meist leicht... Die Erfahrung hat gelehrt, dass Offene Kanäle in den allermeisten Fällen zwar Fernsehen von Bürgern für Bürger, konkret aber Fernsehen weniger Bürger für wenige Bürger waren.

Das Fazit ist m.E. ein einfaches: Die Forderung nach der Einrichtung Offener Kanäle ist eine aus den gemachten Erfahrungen heraus kaum zu rechtfertigende. Dies vor allem auch angesichts der enormen Kosten, die die Einrichtung eines solchen Kanals mit sich bringt: professionelles Studioequipment, professionelle Sendetechnik, das Bereitstellen von Medienassistenten und nicht zuletzt das Besetzen von Frequenzen, schlägt mit nicht zu vernachlässigenden Kosten für den Steuerzahler zu Buche, die durch den zu erwartenden geringen Nutzen kaum zu rechtfertigen sind. Darüber hinaus glaube ich, dass die Forderung nach Offenen TV-Kanälen technisch und kommunikationswissenschaftlich/soziologisch überholt ist, wobei in beiden Bereichen das Internet im Mittelpunkt der Argumentation steht. Kommunikationswissenschaftlich/soziologisch ist der Offene Kanal m.E. überholt, weil das Medium Internet dem Medium Fernsehen nach und nach den Rang ablauft (siehe Entwicklung der Nutzerzahlen), auch in Sachen politischer Partizipation das Internet in wenigen Jahren also dem TV die Rolle als wichtigstes Medium ablaufen wird (und bei den jüngeren Zielgruppen bereits hat). Technisch ist die Forderung m.E. deshalb überholt, weil das Internet den Offenen Kanal de facto bereits bietet. Als Schlagworte sollten Web 2.0 oder User Generated Content genügen. Nach dem Motto "broadcast yourself" ist es heute bereits möglich, über entsprechende Internetplattformen (allen voran you tube) praktisch kostenlos und mit geringstem technischen Aufwand ein potentiell Millionienpublikum zu erreichen.

Zusammenfassend ist m.E. demnach die Forderung nach Offenen Kanälen eine überkommene oder anders: Offene Kanäle sind bereits Wirklichkeit (auch in Südtirol), allerdings in einem anderen als dem ursprünglich gedachten Medium.

Mit freundlichen Grüßen und den besten Wünschen für einen erfolgreichen Abschluss Ihres Studiums

j.christian rainer (Landespresseamt)

14.4.20 Sepp Kusstatscher, Politiker der Südtiroler Grünen und EU-Parlamentarier. Ehemaliger Abgeordneter der SVP zum Südtiroler Landtag und ehemaliger Vorsitzender der SVP-Arbeitnehmer. Mail vom 20. Oktober 2008.

Sehr geehrter Herr Platter,
haben Sie herzlichen Dank für Ihre E-Mail.

Frau Resetarits hat uns bereits auf Ihr Anliegen aufmerksam gemacht. Sehr gerne wird auch Herr Kusstatscher Ihre Unterstützungserklärung unterschreiben. Wir werden Ihnen das Dokument dann zukommen lassen.

Mit herzlichen Grüßen
Tanja Wasserer

14.5 EXPERTENINTERVIEWS

14.5.1 Experteninterview mit Jürgen Linke, Geschäftsführer des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK) und ehemaliger Leiter des Offenen Kanals Berlin, vom 13.09.2008 in Berlin. (Auf Video aufgezeichnet)

1) Wie würden Sie ganz allgemein Offene Kanäle definieren? Was sind für Sie die wesentlichen Funktionen und Ziele eines Offenen Kanals?

Offene Kanäle sind lokale Radio- und Fernsehstationen, bei denen Bürger das Programm machen dürfen. Also nicht die Einrichtung Offener Kanal macht das Programm, sondern BürgerInnen und Bürger haben die Gelegenheit im Offenen Kanal ihre Sendung zu machen und senden zu lassen. Die Offenen Kanäle stellen die dafür notwendige Technik und sie bieten Schulungen an, beraten und schulen die Leute und bieten ihnen Sendemöglichkeit. Interessant und Unterschied zu anderen Medien ist bei Offenen Kanälen, dass die Sendungen in Verantwortung der Bürger ausgestrahlt werden. Eine weitere Besonderheit bei Offenen Kanälen ist, dass sie völlig zensurfrei sind, das heißt es findet keinerlei Vorkontrolle statt. Wenn man das hört, denkt man: Oje, jeden Tag passieren furchtbare Sachen! Aber in den über 20 Jahren bei den Offenen Kanälen in Deutschland, kann man sagen, dass Rechtsverstöße die absolute Ausnahme sind. Das kommt wirklich sehr selten vor. Bei dieser Gelegenheit muss man natürlich auch betonen, dass Offene Kanäle kein rechtsfreier Raum sind. Die Gesetze des jeweiligen Landes müssen natürlich genauso beachtet werden wie überall. Die Offenen Kanäle wurden eingerichtet, um ein Stück erlebbare Demokratie im Medienbereich zu bieten. Partizipation als Element der Demokratie in diesem wichtigen Bereich der Medien und die Medien bieten hier die Gelegenheit der freien Meinungsäußerung. Artikel 5 des deutschen Grundgesetzes: Jeder hat das Recht seine Meinung frei zu äußern. Dies geschieht unter anderem in Offenen Kanälen. Also Offene Kanäle sind ein Stück Kultur, sie sind Kommunikationsorte, wo sich unterschiedliche Menschen treffen, zusammenarbeiten, produzieren, gemeinsam Sendungen machen und sie sind eben erlebbare Demokratie!

2) Können Sie die Vor- und Nachteile der vier gängigsten Organisationsformen eines Offenen Kanals nennen? (Der eingetragene Verein, die gemeinnützige GmbH, die eigenständige Körperschaft des öffentlichen Rechts oder die Trägerschaft einer Landesmedienanstalt)

Wir haben jetzt in Deutschland vier unterschiedliche Trägerschaften: Einmal Offene Kanäle in der Trägerschaft der Landesmedienanstalten. Diese Offenen Kanäle sind häufig finanziell sehr viel besser ausgestattet als andere Offene Kanäle, aber sie sind irgendwo eben auch bürokratisch. Sie sind Teil einer Medienbürokratie. Die existenzielle Absicherung ist größer als in anderen Modellen, aber sie sind etwas bürokratischer. Die vereinsgetragenen Offenen Kanäle sind sicher unabhängiger, sie können aktiver, denk ich mal, in der Gesellschaft tätig werden, aber sie kriegen häufig nicht so viel Geld. Teilweise ist die Unterstützung schlechter. Das Geld kommt ja auch aus der Landesmedienanstalt. Sie bekommen glaube ich nie eine hundertprozentige Finanzierung. Sie haben immer weniger, das heißt sie müssen sich selbst um Gelder bemühen. Also der Vor- und Nachteil dieser Trägerschaft ist schlechtere Finanzierung, aber eine vielleicht etwas größere Unabhängigkeit. Was sich jetzt neu entwickelt – in Schleswig-Holstein – ist der Offene Kanal in der Trägerschaft einer eigenen öffentlich-rechtlichen Anstalt. Dies kann sich, glaube ich, sehr positiv entwickeln, wenn in den entsprechenden Gesetzen geregelt ist, wieviel Geld die Offenen Kanäle

bekommen. Erst dadurch werden sie finanziell unabhängig. Das muss im Gesetz stehen, sonst entsteht jedes Jahr wieder die neue Abhängigkeit, wenn man neue Gelder beantragt. In Berlin, das hab ich noch angeregt und das soll auch wohl so umgesetzt werden, wird darüber nachgedacht eine gemeinnützige GmbH zu betreiben. Es unterscheidet sich nicht so sehr von der Trägerschaft einer öffentlich-rechtlichen Anstalt. Wichtig ist auch hier, dass die Finanzierung gesetzlich abgesichert ist.

3) Wie sollte das Programm des Offenen Kanal strukturiert sein? Ist für sie die allgemeine Zugangsoffenheit wichtiger oder sollte man mehr rezipientenorientiert arbeiten -im Sinne eines durchstrukturierten, durchgedachten Programms?

Diese Frage – also Rezipientenorientierung oder freier Zugang – diese Diskussion ist so alt wie die Offenen Kanäle. Ich glaube die Rezipientenorientiertheit geht teilweise von falschen Voraussetzungen aus. Also man nimmt an, wir in Berlin haben das auch so gemacht, dass wenn man thematische Sendeschienen bildet, doppelt so viele Leute zugucken als vorher. Ich bin da sehr skeptisch. Wichtig ist, dass man in den Offenen Kanälen eine intensive Öffentlichkeitsarbeit betreibt, um über das Programm zu informieren und man muss auch den Programmachern Unterstützung anbieten, bei ihren Zielgruppen, auf ihre Sendung hinzuweisen. Ich glaube, das ist viel effizienter als künstlich gemachte thematische Sendeschienen. Wichtig ist, aber den Zugang offen zu halten. Man kann ja beides machen: man kann gewisse Struktur bieten, aber vielleicht nicht so streng, dass eine thematische Sendeschiene leer bleibt und auf andere die Leute lange darauf warten. Also da eine vernünftige Mischung zu finden und immer ein Fenster offen zu halten für den freien Zugang, glaube ich, ist die richtige Kombination.

4) In den USA und in Deutschland sind Bürgermedien seit Jahrzehnten etabliert. Auch in Österreich ist nun endlich auch der erste Community Sender des Landes entstanden. Nur in Italien gibt es – obwohl es eine lange Tradition alternativer Medienarbeit gibt – noch keinen Offenen Kanal! Wie können Sie sich das erklären?

In Deutschland war das eine politische Entscheidung. Irgendwann haben die Politiker gesagt: Machen wir Offene Kanäle! Bei Offenen Kanälen ist die Bewegung nicht von unten gekommen, sondern von oben, eine „top-down“ Entscheidung. Warum das in Italien nicht so ist? Italien hat sehr viele privat-kommerzielle Lokalfernsehstationen. Ich glaube, dass liegt irgendwo auch in der Gesellschaft. Vielleicht lenken, das ist meine ganz persönliche Theorie, die professionellen, kommerziellen Medien die Bürger so ab und schläfern sie so ein, dass sie gar kein Interesse mehr haben hier selbst was in diesem Bereich zu machen.

5) Welcher Voraussetzungen bedarf es ihrer Meinung nach, um einen (multilingualen) Offenen Kanal in einem Grenzgebiet wie Südtirol zu installieren? Was sind die wesentlichsten Punkte auf die man bei der Gründung eines Offenen Kanals achten muss bzw. wie entsteht eigentlich ein Offener Kanal?

Naja, man muss einen Bedarf erkennbar werden lassen. Medieninitiativen bündeln, Zusammenarbeit, zum gemeinsamen Handeln bringen. Dann muss man mit den Politikern reden. Sie auf diese Sache aufmerksam machen. Viele Politiker kennen das [den Offenen Kanal, *Anm. d. Verf.*] ja nicht und haben erst auch kein großes Interesse. Dann muss man auch mit traditionellen Medien reden, damit die Sache möglichst positiv transportiert wird. Man muss viel Geduld und Ausdauer haben. Das ist eine notwendige Voraussetzung.

6) *Welchen Beitrag kann ein Offener Kanal in einem Gebiet wie Südtirol, mit zwei relativ geschlossenen Ethnien, zur Förderung des interkulturellen Dialogs -das ja das Thema dieser Konferenz ist- leisten?*

Ich glaub schon. Ich will das am Beispiel Berlin erklären: wir haben ja in Berlin sehr viele – in Deutschland heißt es so schön – mit Migrationshintergrund, die sich teilweise sehr kontrovers gegenüberstehen. Nehmen wir mal Kurden und Türken. Die treffen sich im Offenen Kanal, die unterhalten sich und machen teilweise gemeinsame Sendungen. Durchs gemeinsame Handeln entsteht Austausch, bessere Verständigung, besseres Verständnis für die Belange des Anderen. Also das funktioniert ganz gut. Aber es funktioniert nur, wenn man wirklich alle gleich behandelt.

7) *Die meisten Kritiken betreffen die recht unterschiedliche und oftmals schlechte Qualität der Programme im Offenen Kanal. Wie glauben Sie, kann man dem Rezipienten bewusst machen, dass im Offenen Kanal andere Aspekte Vorrang haben? Kann man die Sehgewohnheiten der Zuschauer überhaupt ändern?*

Das ist sicherlich sehr schwierig, weil wir sind ja alle konditioniert durch das professionelle Fernsehen. Wenn der Nachbar Fernsehen macht dann ist das anders: unprofessionell. Und die Leute wundern sich sehr schnell und sagen: Was ist denn das? Wobei das durchaus eine Stärke des Offenen Kanals sein kann. Wenn die Sonderheit zu erkennen ist, erweckt sie häufig auch Neugierde. Das man dann sagt: Ja was ist das? Kann ich das auch machen? Meine Erfahrung ist, man muss es immer wieder erklären, erklären, erklären! Und man muss es versuchen über den Sender auch zu transportieren. Man muss durch entsprechende Information klar machen: wir sind anders!

8) *Inwieweit können oder sollen Offene Kanäle mehr Zuschauer für sich gewinnen? Ist es überhaupt Aufgabe des Offenen Kanals, dass man sich an der Quote orientiert?*

Das ist immer so eine Gradwanderung: sich an der Quote orientieren, heißt natürlich vielleicht einige Grundprinzipien des Offenen Kanals beiseite zu schieben. Mein Bemühen war es nicht eine wirklich hohe Einschaltquote zu kriegen. Wenn in Berlin diese Frage kam, habe ich immer gesagt: „Die ist so hoch wie die von ARTE!“

9) *Haben Sie zum Schluss noch irgendwelche Tipps bzw. Ratschläge für einen möglichen Offenen Kanal in Südtirol?*

Aktiv zu sein, tolerant zu sein und eine große Geduld und Ausdauer zu haben. Die Gefahr bei Offenen Kanälen ist oft, dass man bestimmte Fehlentwicklungen, vermeintliche Fehlentwicklungen, bemerkt und nach zwei Wochen alles ändern will. Dinge müssen sich entwickeln können, dann kann man reden wie man Dinge auch verändern kann. Also nicht nervös werden, Geduld haben und tolerant sein.

ICH BEDANKE MICH RECHT HERZLICH FÜR DAS GESPRÄCH!

14.5.2 Experteninterview mit Bettina Wiengarn, Leiterin des Offenen Kanals Magdeburg und Vorsitzende des Bundesverbandes Offener Kanäle (BOK), vom 13.09.2008 in Berlin. (Auf Video aufgezeichnet)

1) *Was braucht es ihrer Meinung nach, um einen Offenen Kanal zu errichten?*

Um einen Offenen Kanal zu installieren braucht man natürlich ganz viel. Man braucht auf jeden Fall Geld, und zwar nicht wenig. Man braucht Technik. Man braucht Räume und Personal. Man braucht Leute die diese Idee publizieren, die andere Leute einfach

anziehen und die Öffentlichkeitsarbeit dafür leisten.

2) Welchen Mehrwert könnte ein Offener Kanal Südtirol bringen oder allgemein gesprochen, welche sind die größten Vorteile eines Offenen Kanals?

Der allergrößte Vorteil ist, dass es gestattet wird, dass Menschen das Recht und die Macht haben sich im Fernsehen oder im Radio – in diesen immer wichtigeren Medien – zu äußern. Und dass damit lokale Kommunikation organisiert wird. Offene Kanäle bieten natürlich ein ungeheures kreatives Potential für Leute die einfach Lust haben Fernsehen oder Radio zu machen. Die sich organisieren oder austauschen wollen. Offene Kanäle haben so eine Fülle von Funktionen: die sind sozial, kulturell, politisch. Es sind Orte der Begegnung zwischen jung und alt, zwischen Migrant*innen und Eingeborene, zwischen allmöglichen Leuten, die sonst sich gar nicht begegnen würden und die eines zusammen machen möchten, nämlich Fernsehen machen oder lokale Kommunikation organisieren wollen.

3) Kann ein Offener Kanal in einem Gebiet wie in Südtirol, mit zwei relativ geschlossenen Ethnien, einen Beitrag zur Förderung des interkulturellen Dialogs leisten? Kann dadurch der interkulturelle Dialog belebt werden?

Ich denke Medien, Offene Kanäle, ob Fernsehen oder Radio, sind ein hervorragendes Mittel des interkulturellen Dialogs. Es gibt kaum ein besseres Mittel um sich gegenseitig bekannt zu machen, um Fremde in Freunde zu verwandeln, um zu zeigen: so sind wir! Und nicht nur gegenseitig sich zu zeigen, sondern eben auch Zuschauern zu zeigen, die dann das erste Mal sehen: Aha, das gibt's bei uns auch. In den offiziellen, großen Medien kommen, ich würde mal sagen, 90% der Dinge die uns interessieren überhaupt nicht vor. Und das ist, glaube ich, der große „benefit“ von „civil medias“. Dass sie Themen die Menschen wirklich bewegen auf die Tagesordnung bringen und zeigen: Uns gibt es...wir sind wirklich da!

4) Letzte Frage: Inwieweit würde der Bundesverband Offene Kanäle oder Sie persönlich die Errichtung eines Offenen Kanals in Südtirol begrüßen?

Ja, ohne Einschränkungen würden wir das begrüßen! Gerade Italien – ganz Europa bedauert Italien – das muss man leider so sagen, wegen Berlusconi natürlich und wegen einer politischen Entwicklung die in Europa mit äußerster Besorgnis beobachtet wird, gerade im Medienbereich. Und da begrüßen wir einfach jedes Medium was anders ist, weil wir Europäer sind und weil wir nicht wollen, dass ein Land so abdriftet!

FRAU WIENGARN, HERZLICHEN DANKE FÜR DAS GESPRÄCH!

14.5.3 Experteninterview mit Johannes Schütz, Obmann des Arbeitskreises Offene Kanäle Österreich (AOKÖ), vom 14.10.2008 in Wien. (Auf Video aufgezeichnet)

1) Wie würden Sie ganz allgemein Offene Kanäle definieren? Was sind für Sie die wesentlichen Funktionen und Ziele eines Offenen Kanals?

Die ersten Offenen Kanäle sind in Deutschland 1984 entstanden, das ist fast 25 Jahre her, und natürlich muss man unterscheiden zwischen der Definition der Offenen Kanäle die in den Anfangsjahren war und der heutigen. Zu Beginn war es ganz wesentlich das Offene Kanäle in eigener Verantwortung der Nutzer entstehen. Ich denke, das ist bis heute ein ganz wesentlicher Punkt, dass man Nutzern die

Möglichkeit gibt ihr Fernsehen zu machen. Ein weiterer wichtiger Punkt war die Werbefreiheit. Da muss man sicher überlegen in welchen Bereichen das heute noch einen Sinn macht. Es war ursprünglich natürlich gedacht, um die Unabhängigkeit des Offenen Kanals zu sichern. Man müsste sich überlegen welche Formen von Werbung sinnvoll wären und in welchem Ausmaß sie eingesetzt werden können. Man wird da sicher modifizieren müssen gegenüber den ursprünglichen Ansätzen um neue, zeitgemäße Finanzierungsmöglichkeiten zu finden.

Was die primären Ziele des Offenen Kanals betreffen, haben wir vom Arbeitskreis Offener Kanäle Österreich immer zwei ganz besonders wichtige Funktionen definiert. Das eine war die Vermittlung von Medienkompetenz. Gerade aufgrund der Veränderungen in der Medienlandschaft wird es weiter ein ganz zentrales Ziel von klassischen Offenen Fernsehkanälen sein, die auch Förderungen erhalten. Es ist für ein Land dann auch wichtig, dass Medienkompetenz gefördert wird. Im Hinblick auf die Zukunftsindustrie Medien, ein Standortvorteil im Hinblick auf den Wettbewerb, um die Konkurrenzfähigkeit zu erhalten.

Der zweite ganz wichtige Aspekt ist die Bildung von Communities. Man muss neue Plätze suchen, wo Menschen sich treffen und ihren Interessen nachgehen können. Es müssen zeitgemäße Orte sein. Da kann ein Offener Kanal sehr gut einen solchen Raum bieten, wo sich Communities bilden, besonders in multikulturellen Regionen. Im multikulturellen Europa ist dadurch auch eine interkulturelle Begegnung möglich. Offene Kanäle nehmen eine besondere Bedeutung zur Bildung von Communities, zur Identitätsbildung, zur Völkerverständigung, zur interkulturellen Arbeit! Und auch für sprachliche Minderheiten hat der Offene Kanal eine ganz große Bedeutung.

2) Wie würden Sie Offene Kanäle zu Community-Channels definieren und abgrenzen?

Der klassische Offene Kanal hat in Deutschland in der Pionierzeit das „First-come, first-served“ Prinzip vorgesehen. Das heißt, der Erste der kommt, kann auch als erster aus den noch freien Sendeplätzen auswählen. Es gibt also kein klassisches Fernsehschema. Community-Fernsehen würde schon mit einem Fernsehschema arbeiten, um auch der Bildung von Communities zu helfen. Dies ist einer der wesentlichen Unterschiede, aber man kann es eigentlich nicht so klar trennen. Es kommt auch darauf an wo ein Fernsehkanal stattfindet. Ein Kanal in einer kleinen Stadt, wie es in Rheinland-Pfalz ja zahlreiche gibt, schaut natürlich ganz anders aus als ein Offener Kanal in einer Stadt wie Wien, mit zahlreichen Communities aus vielen Bereichen – Kunst, Wissenschaft, Theater, Wirtschaft, soziale Initiativen – die aktiv werden wollen. Das ist in einer heterogenen Gesellschaft anders zu bewerten als in einer homogenen ländlichen Gemeinde. Man kann das nicht so eng abgrenzen. Vielleicht von der Zielsetzung her. Man könnte sagen, wenn man die Definitionen auseinander halten will, dass sich der Offene Fernsehkanal mehr auf die Vermittlung von Medienkompetenz konzentriert. Das Community-Fernsehen dient mehr der Herausbildung von Communities oder wie man früher gesagt hat, die Bildung von Gegenöffentlichkeit. Wobei man diesen Gegenöffentlichkeitsbegriff anders definieren muss als vor einigen Jahren, aufgrund der großartigen Gegenöffentlichkeit das das Internet bietet.

3) Obwohl Sie wahrscheinlich mit den speziellen Bedingungen in Südtirol nicht ganz vertraut sind, könnten Sie trotzdem erläutern, warum ihrer Meinung nach ein Offener Kanal dort begrüßenswert wäre? Welchen Nutzen, welche Vorteile würde ein solcher Sender diesem Ort bringen?

Für Südtirol würde ein Offener Kanal eine sehr große Bedeutung haben gerade aufgrund der historischen Situation von Südtirol oder den konkreten aktuellen Bedingungen mit mehreren Sprachgruppen, die dort miteinander leben. Ich denke, dass

ein Offener Kanal wesentlich für die Bildung einer Identität für die Bevölkerung ist. Dass ein Offener Fernsehkanal, gerade durch Berichte, die von den Bürgern selbst kommen und ihre Probleme oder Gemeinschaftserfahrung darstellen, eine große Bedeutung zur Identitätsbildung für Südtiroler hat. Natürlich auch regionenüberschreitend: es gibt zahlreiche Verbindungen an das österreichische Tirol, sodass da auch sehr interessante grenzüberschreitende Projekte entstehen könnten. Offene Kanäle sind spezifisch für Südtirol von ganz großer Bedeutung. Sie erhalten – wie in jedem Land – die Wettbewerbsfähigkeit durch die Vermittlung von Medienkompetenz, um in dieser Zukunftsindustrie Medien Schritt halten zu können. Also der Standortvorteil für Südtirol ist sicher wichtig, wenn man das vergleicht mit Nordrhein-Westfalen in Deutschland, die ganz bewusst beschlossen und umgesetzt haben, sie wollen Vorbild sein im Bereich Medienwirtschaft. Die haben dies umgesetzt mit Programmen zur Medienkompetenzvermittlung unter anderem. Man kann sagen, dass jedes Bundesland in Deutschland hervorragende Programme, Projekte laufen hat, die Medienkompetenz betreffen. Also man sollte keine Angst davor haben einen Offenen Kanal zu machen, wobei heute mit dem Internet ja sowieso alles möglich ist. Man sollte eher daran denken, wie man die Bevölkerung optimal darauf vorbereitet mit diesen Medien umzugehen.

4) Welchen Beitrag kann ein Offener Kanal in einem Gebiet wie Südtirol, mit zwei relativ geschlossenen Ethnien, zur Förderung des interkulturellen Dialogs leisten? Kann ihrer Meinung nach ein solcher Offener Kanal als Bindeglied, als Ort der Begegnung und Kommunikation fungieren?

Eine wichtige Funktion für einen Offenen Fernsehkanal oder ein Community-Fernsehen ist Verbindungen herzustellen zwischen den sprachlichen Ethnien, die es in Südtirol gibt. Es muss nicht unbedingt in der Konzeption des Offenen Fernsehkanals festgelegt sein, entscheidend ist gewisse Projekte anzusetzen, die die Gruppen zusammenführt. Es ist immer schwierig, auch in Deutschland, wo zahlreiche kleine sprachliche Communities Fernsehprogramme machen, von einem multikulturellen zu einem interkulturellen Fernsehenprogramm überzugehen. Wo tatsächlich die Sprachgruppen miteinander in Berührung, in Verbindung kommen. Da braucht man gezielte Projekte, um verschiedene Gruppen eben auch zusammenzuführen. Aber ich glaube am wesentlichsten ist sicherlich, um erfolgreich zu sein was das betrifft, wer das macht, mit welcher Einstellung und Mentalität, welcher Geist dahinter steht. Offenheit hat im Offenen Kanal eine große Bedeutung. Es bedeutet, dass die Menschen wirklich kommen sollen, dass da eine offene Tür ist und dass man auch auf die Leute aktiv zugeht, sie motiviert etwas miteinander zu machen. Entscheidend ist auch wer die Kommunikationsassistenten sind, wer dort die Betreuer sind und wie die mit den Menschen arbeiten.

5) Wie sollte ein solcher Offener Kanal konzipiert sein, um besonders die Funktionen und Ziele „Zugangsoffenheit“, „Multilingualität“, „Interkulturalität“, „Integration“ und „Medienkompetenzvermittlung“ erfüllen zu können?

Von der Konzeption her gibt es immer die Möglichkeit einen Offenen Kanal stärker von den Inhalten her zu organisieren oder stärker prozessorientiert zu arbeiten. Von den Inhalten her: ich denke, dass es heutzutage nicht mehr erforderlich ist kommerzielle Sendungen kopieren zu wollen. Wenn man sieht welchen Erfolg gerade Produktionen mit ganz anderer Bildästhetik haben, wie zum Beispiel im Internet. Die oft hunderttausende Seher finden aufgrund ihrer Authentizität. Man sollte von dem Fetischismus in Richtung Ästhetik des Produkts, Hochglanzästhetik á la privatkommerzieller Sender, weggehen. Man sollte sich doch stärker auf diesem Prozess orientieren. Man arbeitet da mit Bürgern zusammen, die ganz andere Anliegen und

andere Ziele haben. Im Mittelpunkt sollte die Authentizität stehen. Wenn man das macht dann gibt es auch die beste Möglichkeit auf die Leute zuzugehen, den Druck mal wegzunehmen von der Qualität die das einzelne Produkt haben soll. Das mehr mittel- oder langfristig zu sehen. Nicht was jemand am nächsten Tag für ein Produkt macht, sondern was macht er oder die Gruppe in ein oder in drei Jahren für Sendungen. Da auch wirklich gewisse Pläne zu haben, wo will man da überhaupt hinkommen. Das man diese Entwicklungen zulässt. Und auf diese Art lassen sich diese Punkt eher realisieren.

6) Wie können Sprachbarrieren überwunden werden und wie kann man schließlich einer wahrscheinlichen Gruppenbildung entgegen steuern?

Wir haben ja auch das Projekt „Twin City Fernsehen“ (Wien-Bratislava) vorgesehen und da herrscht eine ähnliche Problematik. Man muss das sicher technisch überlegen, wie kann man mit zwei Sprachen arbeiten. Einerseits ist es sehr schön, so wie es beim Projekt „Euroclick“ passiert ist, in Deutschland und Frankreich, wo zwei Moderatoren gemeinsam durch eine Sendung durchführen und in zwei Sprachen moderieren. Das ist schon einmal eine Möglichkeit. Man wird technisch da alles ausnützen müssen: den Zweikanalton oder Untertitelung. Das geht ja heute. Und dass man in dem Fall Sendungen in zwei Sprachen bietet. Das haben wir auch vorgesehen gehabt für das „Twin City Fernsehen“. So etwas kann man finanziell genau überlegen, was das kostet und es ist machbar. Wir haben für das „Twin City Fernsehen“ rund 60 Gruppen in Österreich und der Slowakei gefunden, die Interesse hatten sich aktiv an diesem Programm zu beteiligen, die von Anfang an in die Konzeption eingebunden worden sind. Ich glaube, dass es wesentlich ist, Vereine und zentrale Organisationen in Südtirol anzusprechen, ihre Projektideen schon vorzeitig einzubringen. Sich möglichst früh mit dieser Möglichkeit auseinander zu setzen. Und dass man Communities von Anfang an, schon in der Vorbereitungsphase, durch Treffen herausbildet; dass die Menschen schon da beginnen, miteinander zu arbeiten. Und dann sollt es schon möglich sein. [Sprachbarrieren zu überwinden und Gruppenbildungen entgegenzusteuern, *Anm. d. Verf.*]

7) Welche technische Grundlagen, politische Rahmenbedingungen, wirtschaftliche und organisatorische Voraussetzungen müssen gegeben sein, um einen Offenen Kanal in Südtirol etablieren zu können?

Um einen Offenen Fernsehkanal oder irgendein Medienprojekt politisch durchsetzen zu wollen, ist es wichtig relevante Gruppen zu finden, die das befürworten oder sogar daran mitarbeiten wollen. Um was politisch durchzusetzen, muss man eine gewisse kritische Zahl an Befürwortern, an gesellschaftlich relevanten Gruppen, finden. Es ist innerhalb einer Machbarkeitsstudie schon ein wesentlicher Punkt mit solchen Gruppen Kontakt aufzunehmen und sie einzubinden in das Projekt. Die Unterstützung dieser Gruppen zu gewinnen. Also ich würde mal abschätzen es reicht, wenn es circa 50 relevante Gruppen gibt, aus verschiedenen Bereichen, aus verschiedenen politischen Gruppierungen. Man sollte sicher nicht nur in eine politische Richtung gehen, sondern ein Offener Fernsehkanal sollte auch offen sein in Richtung einer politischen Ausgewogenheit. Aber auch vom Inhaltlichen her, von den Themen her, dass man nicht nur Kunstfernsehen macht, sondern dass man auch soziale Anliegen verankert, Gruppen die sich sozial engagieren verankert, Gruppen die sich wissenschaftlich engagiert. Oder Gruppen, die in Südtirol wahrscheinlich, ich bin damit aber viel zu wenig vertraut, grenzüberschreitenden mit Tirol zusammenarbeiten. Dass man auch die miteinbindet. Auch die Wirtschaft, natürlich. Ich glaube, dass man dies bei solchen Projekten auch mehr überlegen kann. Die Wirtschaft ist ja nicht grundsätzlich was Schlechtes. Warum soll man nicht auch wirtschaftliche Anliegen bei einem solchen

Sender berücksichtigen? Wenn es um das Thema Gegenöffentlichkeit geht, wer sagt denn, dass wirklich alle wirtschaftlichen Interessen in den Mainstream-Medien überhaupt vorkommen? Da werden doch auch viel mehr die Anliegen der großen Konzerne vertreten. Die kleinen Unternehmer könnten ihre Anliegen präsentieren. Zum Beispiel wie schwierig es ist für Kleinunternehmer Vorfinanzierungen zu kriegen, das wird mit der jetzigen Finanzkrise sicherlich noch verstärkt. Warum sollen solche Anliegen nicht auch in einem Offenen Fernsehkanal zur Sprache kommen? Warum soll man nicht Diskussionssendungen machen, wo (Klein-)Unternehmer teilnehmen und gewisse Anliegen aus der Wirtschaft ansprechen. Ich denke, dass das genauso ein wesentlicher Punkt der Gegenöffentlichkeit ist, wie soziale Anliegen oder künstlerische Projekte, die ansonsten keinen Platz finden.

8) Inwieweit kann ein Offener Kanal in Südtirol mit EU-Förderungen rechnen?

Was die Erfahrungen mit EU-Förderungen betrifft: das ist gut wenn man das machen kann. Natürlich gibt es Modelle die gerade für Südtirol, meines Erachtens sehr in Frage kommen und man sollte da Wege suchen, aufgrund der historischen, speziellen Situation in Europa, nicht nur innerhalb von Südtirol einen Ausgleich zu suchen zwischen den sprachlichen Gruppierungen – was sehr interessant ist – sondern zumindest, teilweise oder als zweites Projekt, auch grenzüberschreitend Arbeiten mit Tirol. Und dass man dann auch die EU-Förderungen beantragt. Aber die EU-Förderungen, aus eigener Erfahrung und ich hab das auch von anderen gehört, können immer nur wirkliche ergänzende Förderungen sein. Man kann sonst in finanzielle Schwierigkeiten kommen, weil man erst im Nachhinein finanziert wird, für die Bankzinsen muss man selbst aufkommen, das kann sich sehr lang hinausziehen bis auch nach Abgabe der Projektbeschreibung, Dokumentation, Abrechnung, bis dann die Auszahlung erfolgt. Das wird auch unter Umständen nicht zu 100% ausgezahlt oder 10% weniger. Das ist durchaus üblich wie ich gehört habe, zumindest bei manchen Förderprojektprogrammen.

9) Welche technische Voraussetzungen sind für die Installierung eines Offenen Kanals in Südtirol vonnöten?

Die Technik wird immer günstiger, von Jahr zu Jahr, das ist sehr erfreulich. Man braucht natürlich ein Studio, keine Frage. Ein Studio mit Mehrkameratechnik, Bildregiepult und indem man auch Veranstaltungen stattfinden lassen kann. Um die Community-Bildung zu ermöglichen braucht man ein gutes Studio, dass auch Live-Produktionen ermöglicht. Man braucht aber sicherlich keine hochprofessionelle Kameras, einfach auch deswegen weil die semiprofessionellen Kameras eine viel höhere Qualität haben als noch vor 20 Jahren. Also man kann da teilweise auch vernünftige Wege gehen, mit semiprofessionellen Kanälen. Ein Offener Fernsehkanal oder ein Communitymedia Projekt Fernsehen, sollte mit einem Budget von rund 1 Million Euro ausreichend dotiert sein, wahrscheinlich kann man ihn heutzutage sogar mit 500.000 Euro durchführen. Also als Startinvestition! Die jährlichen Investitionen müssten man natürlich anhand des konkreten Konzeptes und der Anzahl der Mitarbeiter detaillierter überprüfen. Aber es sollte schon leistbar sein!

10) Und welche rechtlichen Bedingungen müssten schließlich herrschen oder geschaffen werden, um einen Offenen Kanal in Südtirol etablieren zu können?

Bei der rechtlichen Situation, zumindest beim Offenen Fernsehkanal, gibt es immer die grundsätzliche Frage: Wer ist verantwortlich für die Inhalte? Liegt die Verantwortung beim Sender oder liegt sie beim einzelnen Nutzer, der die Beiträge produziert? In Deutschland hat man meist versucht, die Verantwortung beim Nutzer zu verankern. Ich denke in Österreich war das eigentlich schwierig zu realisieren. Ich bin nach wie vor

der Meinung, dass man da Möglichkeiten hätte finden können, dies zu tun. Aber es war, zumindest beim Offenen Fernsehkanal in Wien, so nicht gedacht. Die Verantwortung liegt beim Sender, der entscheidet welche Inhalte überhaupt gebracht werden und deswegen kein Offener Fernsehkanal ist, sondern mehr eine Art von Stadtfernsehen, wo die Verantwortung in der Redaktion liegt, redaktionelle Entscheidung ist.

Jetzt gibt es aber auch ein anderes Problem: also man kann es sicher so machen, dass die Verantwortung beim Nutzer liegt, überhaupt mit Internetfernsehen kann man da Möglichkeiten und Lösungen suchen, aber man muss den Nutzer, den Produzenten auch schützen. Dies ist eigentlich die viel größere Frage: wie schütze ich den Nutzer vor Klagen, die ihn finanziell ruinieren können. Es gibt ein grundsätzliches Problem bei den ganzen Medienproduktionen, bei Printmedien genauso wie bei Videoprojekten die man veröffentlicht, nämlich dass man unter Umständen, wenn man einen kritischen Beitrag bringt, einen Sachverhalt – auch wenn er gerechtfertigt ist – kritisch darstellt, dass man auf jeden Fall – auch wenn es stimmt – geklagt wird. Dass das systematisch so gemacht wird, von jemand der genug Geld hat, gerade bei jemanden der ganz am Anfang ist mit einem Medienprojekt, so massiv zu Klagen das er nicht mehr weitermachen kann, weil er finanziell ruiniert ist. Und wie kann man da helfen, wie kann man da den Nutzer schützen. Das ist sicherlich ein großes Problem, wo man Lösungen suchen muss, einen Fond einrichten oder einen Rechtsschutz – auf jeden Fall – haben muss, dass der Nutzer da nicht alleine gelassen wird.

11) Herr Schütz, als Obmann des „Arbeitskreises Offene Kanäle Österreich“, würden Sie bzw. ihr Verein einen Offenen Fernsehkanal in Südtirol unterstützen. Könnten Sie dem Offenen Kanal in Südtirol sozusagen Starthilfe geben, (technisches) Know-How vermitteln, Kooperationen oder Schulungen anbieten?

Der „Arbeitskreis Offene Kanäle Österreich“ würde ein solches Projekt in Südtirol, soweit das uns möglich ist, unterstützen. Man muss halt konkret schauen, was es für Möglichkeiten gibt. Ich habe schon lange Kontakt mit Offenen Kanälen in Deutschland, schon von Beginn an, seit 1985, und wir haben die Erfahrungen gemacht, dass da immer offene Türen sind. Dass da großes Interesse besteht, dass in Österreich was passieren soll oder in Italien, in Südtirol. Ich war mehrmals in Deutschland, bevor der Offene Kanal in Wien entstanden ist und ich habe Kontakte gehabt in der Zeit, während ich am Konzept gearbeitet habe. Da gibt es sicherlich eine sehr große Aufgeschlossenheit und da kann man auch gemeinsam Projekte machen.

12) Sollte vor der Gründung eines Offenen Kanals in Südtirol die Durchführung einer „feasibility study“, einer Machbarkeitsstudie, in Auftrag gegeben werden?

Die Machbarkeitsstudie ist eigentlich ein erster Schritt in diesem politischen Prozess, um überhaupt zu einem Offenen Fernsehkanal zu kommen. Also ich denke, dass es sehr gut ist, wenn jetzt eine Diplomarbeit entsteht, wo der Schwerpunkt der Offener Kanal in Südtirol ist. Dass man auf dieser Basis ein 10-seitiges Konzept schreibt, einigen Verantwortlichen vorlegt und mal in dem ersten Schritt des politischen Willensprozesses, der es eigentlich ist, versucht eine Machbarkeitsstudie zu bekommen. Dass es mal in Auftrag gegeben wird von den verantwortlichen Stellen. Vieles ist ja klar: wie die Technik ausschauen soll oder die rechtlichen Bedingungen, da ist ja vieles schon vorgearbeitet und klar. Aber ganz wichtig ist, die Messung des Bedarfs! Welchen Bedarf gibt es für so ein Community-media Projekt in Südtirol? Das ist sicherlich ein Hauptpunkt der Machbarkeitsstudie. Das wäre so eine Art Markt- und Meinungsforschung. Da ist es wesentlich zu sehen, welche gesellschaftlich relevanten Gruppen möchten sich aktiv am Programm des Offenen Fernsehkanals beteiligen oder würden es zumindest befürworten und aus welchen Gründen. Anhand dieses Bedarfs

kann man die politische Diskussion, diesen Willensbildungsprozess fortsetzen und hoffentlich zu einer Realisierung gelangen.

13) Haben Sie zum Schluss noch irgendwelche Tipps bzw. Ratschläge für einen möglichen Offenen Kanal in Südtirol?

Wichtig bei der Gründung oder bei der Vorbereitung eines Offenen Fernsehkanals ist sicher mal den Bedarf festzustellen. Das heißt zu schauen, welche Gruppen Interesse haben und vorzeitig diese Interessenten miteinzubinden in den Entscheidungs- und Umsetzungsprozess. Offener Kanal geschieht eben nicht durch eine kleine Gruppe, einen Redakteur, sondern erfolgreich ist ein solches Projekt nur wenn möglichst viele Menschen und Gruppierungen miteinbezogen werden. Wenn man das haben will, muss man vorzeitig beginnen Leute einzuladen, sie am Diskussionsprozess zu beteiligen, dass man Veranstaltungen macht schon bevor der Offene Fernsehkanal geöffnet wird, dass man ein Forum im Internet hat, wo Leute ihre Projekte, ihre Themen, die sie gerne machen würden, schon präsentieren können. Dass man über Sprachgruppen hinweg Themen initiiert und da auch die passenden Partner zusammenführt. Also im Mittelpunkt sollte stehen, dass der Offene Kanal, wenn er Erfolg haben will, zu einem wirklichen Kommunikationszentrum wird!

VIELEN DANK FÜR DAS ÜBERAUS INTERESSANTE GESPRÄCH!

14.5.4 Experteninterview mit Günther Pallaver, Universitätsprofessor, Autor und Journalist, sowie Mitbegründer der Forschungsgruppe "mediAwatch", vom 06.11.2008 in Bozen. (Auf Video aufgezeichnet)

1.) Sehr geehrter Herr Prof. Pallaver, könnten Sie bitte eine kleine Einführung in das politische, mediale System Südtirols geben, sowie allgemein die Situation der dort ansässigen drei Sprachgruppen beschreiben und beurteilen?

In Südtirol leben traditionell drei Sprachgruppen miteinander, eine vierte mehrsprachige Gesellschaft ist im Aufbau begriffen, also die neuen „Einwanderungen“. Das politische System Südtirols sieht ein Konkordanzmodell vor, dass an der Spitze eine Zusammenarbeit der politischen Eliten vorsieht, im Sinne der Inklusionen aller Sprachgruppen in den Entscheidungsgremien. Deshalb muss auch die Landesregierung proportional zur Stärke der Sprachgruppen im Landtag zusammengesetzt sein. Auf der anderen Seite gibt es eben eine ethnische Trennung, was die Zivilgesellschaft betrifft. Wir haben also hier ein typisches dissoziatives Konfliktlösungsmodell angewandt: Trennung der Sprachgruppen und Kooperationen der Eliten. Das politische System widerspiegelt sich auch im Mediensystem. Auch das Mediensystem ist ethnisch getrennt. Wir haben also privat- rechtlich organisierte Printmedien, die ethnisch getrennt sind. Wir haben privat- rechtlich organisierte TV-Medien, elektronische Medien, die ethnisch getrennt sind. Wir haben das öffentlich-rechtliche Fernsehen, das ebenfalls nach den ethnischen Grundprinzipien getrennt operiert. Wir haben deutschsprachiges, ladinisches und italienischsprachiges Fernsehen. Was auffällt ist, dass die Kommunikation im öffentlichen Raum ethnisch getrennt ist und dass die Medien stark autoreferenziell berichten, im Sinne von: es wird über Ereignisse der Minderheit für die Minderheit, der jeweiligen Sprachgruppen berichtet. Das führt dazu, dass, nach meiner Ansicht, die politische Legitimation des Systems, des politischen Systems etwas asymmetrisch ist. Dies führt dazu, dass der öffentliche Raum nicht einheitlich ist, sondern ethnisch getrennt und dass eben die Legitimation der Macht, der Herrschaft hier eine ständige Rückkoppelung zwischen

Machtträgern und Machtunterworfenen sein muss. Und insofern also ein ständiger responsiver Prozess ist, dass der nicht einheitlich gestaltet ist und insofern eben auch zu Defiziten der Demokratie führen kann und in dem Sinn auch führt!

Insofern glaube ich, dass diese ethnische Trennung „à la long“, diese dissoziative Konfliktlösung „à la long“, durch eine assoziative Konfliktlösung überwunden werden muss, nämlich durch die Integration einer ungeteilten Gesellschaft.

2) Würden Sie somit das Zusammenleben der deutsch- und italienischsprachigen SüdtirolerInnen eher als „nebeneinander“ statt als „miteinander“ beschreiben? Anhand welcher Beobachtungen lässt sich dies erklären und beobachten?

Die Südtiroler Gesellschaft ist also ethnisch getrennt. Die Zivilgesellschaften leben nebeneinander. Das drückt sich im Alltag aus, im Kommunizieren innerhalb der Sprachgruppen. Ich finde da gibt es unsichtbare Grenzen. Das drückt sich damit aus, dass wir ethnisch getrennte Vereine haben, dass wir ethnisch getrennte Schulsysteme haben, dass wir ethnisch getrennte kulturelle Einrichtungen haben, von den Bibliotheken angefangen bis hin zu den Sportvereinen – es gibt natürlich Ausnahmen. Es drückt sich im Alltag insofern aus, dass es auch hier in der persönlichen Kommunikation unter den einzelnen Sprachgruppen sehr geringe Kommunikationsbrücken gibt. Es gibt natürlich auch Bereiche, wo sich die Menschen treffen, aber das ist eine strikt private Sache und im sehr geringen Umfang. Also die institutionelle Trennung drückt sich auch in der Zivilgesellschaft aus und man kann insofern, anhand empirischer Daten, zusätzlich noch feststellen, dass etwa die Italienischkenntnis der deutschsprachigen Bevölkerung abnimmt und dass die Deutschkenntnis der italienischsprachigen Bevölkerung zwar zunimmt, aber auch nicht hervorragende Ergebnisse an den Tag legt. Die Ladiner sind wieder eine andere Angelegenheit, da die Ladiner im wesentlichen in ihren Tälern wohnen und ihre Sprache außerhalb dieser Tälern eher weniger Gewichtung hat, also untergeordnet ist. Also insofern kann man sagen, dass es wir eben mit drei getrennten sozialen Realitäten zu tun haben.

3) Die deutschsprachigen SüdtirolerInnen sind besonders traditions- und geschichtsbewusst, üben häufig öffentlich ihre Bräuche aus und sind stolz auf ihre Sprache und Kultur. Welche identitätsstiftende und abgrenzende Rolle spielen diese Elemente? Inwiefern können diese traditionellen Sitten/ Rituale als Symbol, als öffentliches „zur- Schau- stellen“ gesehen werden, dass deutschsprachige anders sind als italienischsprachige SüdtirolerInnen?

Die deutschsprachige Bevölkerung, insbesondere die ländliche Bevölkerung – aber nicht nur – hat natürlich einen gewissen, traditionell ausgeprägten, kulturellen Traditionalismus. Das drückt sich in verschiedenen Formen aus: durch Feste bis hin zu kirchlichen Rituale – angefangen von verschiedenen Festen, die wir im Frühling haben, bis hin eben zu Weihnachten. Diese Alltagskultur ist natürlich auch stark mit der Frage der Identität verbunden. Oder sagen wir anders: wenn also in Gesellschaft, wo es keine ethnische Konnotation gibt, da haben diese Rituale selbstverständlich auch eine gewisse gesellschaftliche Funktion. Da werden heute nicht nur diese Rituale bei uns, in Südtirol, als solche angesehen, sondern auch allgemeine Tätigkeiten, Verhaltensweisen, Einstellungen, Verhaltensnormen haben hier vielfach eine ethnische Konnotation. Die Kindergärten in Österreich haben die Funktion, die Kinder zu betreuen und zu erziehen. Hier in Südtirol kommt neben dieser Grundfunktion auch noch eine andere hinzu, nämlich die deutsche Sprache bei der Erziehung der Kinder stärker in den Mittelpunkt zu setzen. Sehr viele Tätigkeiten haben hier eine ethnische Konnotation, bewusst oder auch unbewusst.

Im Gegensatz dazu gibt es die These, dass die italienischsprachige Bevölkerung viel

weniger geschichtsbewusst ist, dass sie hier weniger verwurzelt ist und dass es also deshalb eine Asymmetrie zwischen den zwei großen Sprachgruppen in Südtirol gibt. Man kann als Gegenthese einbringen, dass es in der Zwischenzeit insgesamt einen neuen europaweiten Trend gibt, den man vielleicht mit dem Begriff der Reteritorialisierung umschreiben kann, nämlich dass Anstelle von Ideologien das Territorium eintritt, welches mit verschiedenen Werten, Idealen, Verhaltensweisen, Orientierungsmustern verbunden ist. Insofern können wir also durchaus behaupten, dies wird auch von einer Reihe empirischer Daten belegt, dass es auch innerhalb der italienischsprachigen Bevölkerung eine starke Identifizierung mit der Autonomie gibt. Die letzten Umfragen der Tageszeitung „Alto Adige“ sagen uns, dass über 60% der italienischsprachigen Bevölkerung eine positive, stark ausgeprägte Haltung zur Südtiroler Autonomie haben. Insofern sehen wir, dass es hier eine Angleichung an Werte gibt. Das sagen uns auch schon Daten aus der 80er Jahren, wonach die Bruchlinie weniger zwischen der deutschsprachigen und italienischsprachigen Bevölkerung insgesamt liegt – die Werthaltungen sind sehr ähnlich – aber dass es Unterschiede zwischen der städtischen und ländlichen Bevölkerung gibt. Also hier liegt die Bruchlinie, also weniger auf der ethnischen Seite. Das muss man in der Zwischenzeit zur Kenntnis nehmen.

4) Wie wird ihrer Meinung nach Identität und Differenz noch konstruiert? Und wer konstruiert bzw. vermittelt diese identitätsstiftenden- und abgrenzenden Elemente?

Die Frage der Identität ist natürlich eine konstruierte. Es ist eine soziale Konstruktion, die Ethnie selbst ist eine soziale Konstruktion. Insofern vertrete ich immer die These, dass die Ethnizität dekonstruiert werden müsste, wie auch Konfession oder andere identitätsstiftende Elemente dekonstruiert werden müssten. Wie dem auch sei, es sind sehr viele bewusste, unbewusste, offene, versteckte Elemente, die zur Identitätsbildung beitragen können. Aber neben dieser Alltagskultur haben wir eben eine offizielle Kultur, die eben auch sehr stark versucht, bestimmte Bilder dieser Identität zu konstruieren. Insofern spielen die Medien hier eine sehr starke Rolle. Bei allen Fragezeichen die damit verbunden sind, ist die Medienwirkung sehr präsent! Aber auch die offizielle Politik konstruiert hier Identitäten. Es kommt darauf an, welche Identifikationsfiguren es schaffen, sich hier in der „Agenda“ durchzusetzen um Identitäten zu konstruieren, abschaffen zu lassen oder auch zu dekonstruieren. Insofern ist das ein ständiger Prozess der stattfindet und wir können nicht von einem statischen Bild der Identität ausgehen. Insgesamt, wie gesagt, orientieren sich die Wertvorstellungen der Sprachgruppen sehr stark an immer ähnlicheren Bildern, das hängt auch stark mit dem Bildungsgrad zusammen. Insgesamt sehe ich den Erosionsprozess, der starken, unterschiedlichen, identitätsstiftenden Faktoren, der sich auch aufgrund der höheren formalen Bildung, innerhalb der Bevölkerung, allmählich zu einem Amalgam der gemeinsamen Orientierung entwickelt.

5) Welche Rolle in dieser „Wir- Ihr“- Abgrenzung spielen dabei die Medien (v.a. die beiden großen Tageszeitungen „Dolomiten“ und „L'Alto Adige“)? Inwieweit tragen Sie zur Identitätsbildung und zugleich zur Abgrenzung der jeweils anderen Sprachgruppe bei? Erschweren oder behindern Sie (un)bewusst die Bildung einer offenen, multikulturellen und interethnischen Gesellschaft in Südtirol? Und wenn ja, aus welchem Grund?

Neben den elektronischen Medien haben wir also zwei dominierende Printmedien, nämlich die Tageszeitungen „Alto Adige“ auf der italienischsprachigen Seite und die „Dolomiten“ für die deutschsprachige Bevölkerung. Diese beiden Medien haben für die Identität der jeweiligen Sprachgruppe ganz wichtige Funktionen. Sie sind auf der einen Seite das Sprachrohr oder sie präsentieren sich als Sprachrohr der jeweiligen

Sprachgruppe. Sie konstruieren eine Wahrnehmung, die sie in den Mittelpunkt der Sprachgruppe stellt. Ihre Berichterstattung ist auch darauf ausgerichtet, also sehr autoreferenziell. In der Tageszeitung „Alto Adige“ werden wir stark Themen vorfinden, die ausschließlich oder vorwiegend die italienischsprachige Gruppe betrifft und bei der „Dolomiten“ haben wir dasselbe Phänomen. Der Umstand, dass also über die jeweils andere Sprachgruppe wenig bis kaum berichtet wird – und es ist auch die Frage wie berichtet wird natürlich – weist darauf hin, dass die Sprachgruppen sich sehr um den eigenen Herd, nach wie vor, scharen. Dass die Intention dieser Medien damit verbunden ist. Das ist vielleicht bei der Tageszeitung „Dolomiten“ stärker, als bei der Tageszeitung „Alto Adige“, weil natürlich durch die Prädominanz der deutschen Sprachgruppe es dazu führt, dass die „Alto Adige“ mehr über deutschsprachiger Akteure und Institutionen schreiben muss, als etwa dass die Tageszeitung „Dolomiten“ tut. Wenn wir insbesondere die Berichterstattung analysieren, die eine ethnische Konstruktion haben, so merken wir dass die jeweiligen beiden, deutschsprachigen und italienischsprachigen Fahnen, in den Tageszeitungen sehr stark verankert sind. Einige Beispiele aus dem Wahlkampf, der gerade stattgefunden hat: Wie die Tageszeitung „Dolomiten“ von dem Konservatorium spricht, dass wieder in deutscher Hand ist nur weil ein Deutschsprachiger zum Schuldirektor dieser wichtigen musikalischen Einrichtung gewählt worden ist. Da haben wir ein starkes ethnisches Substrat dabei. Oder wenn wir etwa bei der Tageszeitung „Alto Adige“ nachlesen können, dass etwa eine Primariatsstelle, die ein Italiener inne hatte nun von einem Deutschen besetzt wird. Das hat natürlich eine ethnische Konnotation. Es gibt hier eine ganze Reihe von, auch mitunter subtilen Formen der Berichterstattung, die also wieder auf diese atavistischen *[uralte, ursprüngliche, Rückfall in überholte Verhaltensweisen. Anm. d. Verf.]*, tiefliegenden ethnischen Grundmuster zurückgreift.

6) Welche Rolle spielt die SVP – oder allgemein die Südtiroler Politik – in der Förderung von deutschsprachiger Identität und Differenz zur italienischsprachigen Kultur? Und wie manifestiert sich diese Trennungspolitik auf die ethnisch getrennte Gesellschaft in Südtirol?

Die Südtiroler Volkspartei versteht sich als Sammelpartei der deutschen- und italienischen Bevölkerung und sie hat seit jeher diese Politik der Abgrenzung gefördert und durchgezogen. Institutionell und natürlich auch in der Politik. Man muss allerdings sagen, dass in den letzten 20-30 Jahren sich natürlich Einiges getan hat. Vor 30 Jahren war ein Schüleraustausch undenkbar und hat auch zu massiven Protesten geführt. Heute ist das selbstverständlich! In der Zwischenzeit gibt es auch eine ganze Reihe von inter- ethnischen Vereinigungen. Aber das Grundmuster bleibt eben diese ethnische Trennung. Das ist also die Logik von der die Südtiroler Volkspartei ausgeht, weil damit angeblich die Identität der deutschsprachigen Südtiroler nur so gewahrt werden kann. Die Trennung ist vor allem in zwei Bereichen präsent, nämlich in der Kultur und in der Schule. Der Umstand, dass sich beispielsweise die Südtiroler Volkspartei vehement gegen eine zweisprachige Schule wendet, weist eben darauf hin, dass das Prinzip der Trennung nach wie vor aufrecht erhalten bleibt. Wobei es nicht darum geht die deutschsprachige Schule oder die italienischsprachige Schule mit dem jeweiligen Zweisprachen- Unterricht zu eliminieren, sondern eine zweisprachige- oder dreisprachige Schule wäre nur ein zusätzliches Angebot für all jene, die eine solche Schule besuchen wollen, ohne Zwang natürlich. Also in einem liberalen, pluralistischen System wäre es eigentlich eine Selbstverständlichkeit! Das weist darauf hin, dass hier diese ethnische Abgrenzung nach wie vor stark präsent ist und es hat den Anschein, dass diese ethnische Trennung „à la long“, mittelfristig nicht aufgegeben werden soll. Neben der Schule sehen wir dies etwa auch in den kulturellen Bereichen. Es gibt in den Dörfern zwei Bibliotheken, eine deutschsprachige und eine

italienischsprachige. Das Schulsystem und die Kindergärten sind insgesamt so. Es gibt auch nach wie vor die Unterstützung, dass zum Beispiel die Gewerkschaften ethnisch getrennt sind. Es gibt also hier eine starke Demarkationslinie⁵⁵¹, die die Zivilgesellschaft, das Vereinsleben und auch die hohe Politik betreffen. Es gibt zum Beispiel ethnisch getrennte Parteien. Es gibt also deutschsprachige-, ladinischsprachige- und italienischsprachige Parteien. Es gibt ethnisch getrennte Verbändewesen. Das sind also vor allem die Säulen auf denen diese ethnische Trennung aufbaut!

7) Gibt es in Südtirol eine Verquickung zwischen Politik und Medien?

In Südtirol gibt es eine eindeutige Verbindung zwischen Medien und Politik! Das drückt sich offen und versteckt aus. Offen drückt es sich aus durch Personalunion, etwa wenn wir die Tageszeitung „Dolomiten“ hernehmen, der Direktor der Verlagsanstalt Athesia, Michl Ebner, ist sogar Mandatar im Europäischen Parlament der Südtiroler Volkspartei. Das nur als klassisches Beispiel. Das ist nichts besonderes, wenn wir die aktuelle Situation ansehen, das war bereits seit 1945 der Fall. Hier haben wir eine lange Tradition zwischen der Verbindung einer prädominanten Partei und einer prädominanten Tageszeitung. Und diese prädominante Tageszeitung wirkt natürlich auch auf die Parteipolitik und auf die Politik insgesamt. Wenn wir uns etwa die Berichterstattung ansehen, wen die Tageszeitung „Dolomiten“ in ihrer Berichterstattung berücksichtigt und wen sie nicht berücksichtigt. Wir werden verstellen können, dass die „Dolomiten“ etwa VertreterInnen der Arbeiterbewegung innerhalb der Volkspartei eher wenig berücksichtigt und während sie etwa VertreterInnen aus der Wirtschaft eher stark berücksichtigen. Das kann sich aber mitunter schlagartig ändern, je nachdem wo die Politik und die Tageszeitung hingeht. Also beispielsweise auf Grund des Ausschlusses kann man bereits sehen wen die „Dolomiten“ fördert und wen sie bestraft.

Was die italienischsprachige Tageszeitung „Alto Adige“ betrifft, so haben wir eine geringere Verbindung zwischen Politik und Medien. Die Tageszeitung hat gewisse personelle Verbindungen, was die Personalunion betrifft. Aber die Tageszeitung „Alto Adige“ hat natürlich ebenfalls eine immense Möglichkeit der Einwirkung, als *pressure group* sozusagen. Wir wissen, dass es eine gewisse Verbindung zwischen *media logik* und *party logik* gibt und in Südtirol, nehme ich einmal an oder gehe davon aus, dass das Zepter was die Politik betrifft, sehr stark in der Hand der Tageszeitung „Alto Adige“ ist, weil sie Stimmungen aufgreift, Stimmungen orientiert, weil sie auch Vorschläge macht und weil natürlich die italienischen Politiker, die von Haus aus eine, in der Zweiten Republik Italiens, eher schwache Position einnehmen, von der Zeitung „Alto Adige“ sehr stark abhängig sind.

Es gibt natürlich auch im elektronischen Bereich diese Verbindungen. Ich würde einmal sagen, dass hier insbesondere „Videobolzano33“⁵⁵² eine stark eindeutige politische Position einnimmt. Es ist eine private Fernsehanstalt. Diese Verbindung zwischen Politik und mediale Berichterstattung, ist beim öffentlich- rechtlichen Rundfunk lange nicht – wenn überhaupt – so ausgeprägt, als es im privaten Printmediensektor der Fall ist.

551 „Demarkationslinie: durch Vertrag zwischen Staaten oder Kriegsparteien festgelegte Grenzlinie, die keine völkerrechtliche Grenze ist, sondern die jeweiligen Hoheitsbefugnisse oder Einflussphären voneinander trennt. Durch Demarkationslinien wurden 1945 die Zonen der vier Besatzungsmächte in Österreich begrenzt.“ AEIOU: Das annotierbare, elektronische, interaktive, österreichische Universal- und Informationssystem. Online im WWW unter URL: <http://aeiou.icim.tugraz.at/aeiou.ency-clop.d/d197647.htm> [Format: HTML; Stand: 11.12.2008].

552 „Videobolzano33“ ist ein, im Jahre 1986 entstandener, lokaler, italienischsprachiger Privatfernsehsender mit Sitz in Bozen.

8) *Wie würden Sie die Meinungsvielfalt und Medienkonzentration in Südtirol beurteilen?*

Wir wissen, dass die Grundelemente von Demokratien unter anderem die Gleichheit vor dem Gesetz, die Unabhängigkeit der Justiz, die demokratische Kontrolle des Heeres, zusätzlich die Achtung der Grund- und Menschenrechte, aber vor allem eben auch die Meinungsfreiheit und der Medienpluralismus sind. Andernfalls haben wir nur eine reine elektorale Demokratie. Wir haben hier in Südtirol, nach meiner Auffassung, was die Medienvielfalt betrifft, Defizite! Defizite insofern, weil wir eine starke Medienkonzentration haben. Diese äußert sich in den Auflagen, dies äußert sich vor allem in der Konzentration der Werbung. Rein quantitativ gibt es natürlich im Lande eine Unmenge von Print- und elektronischen Medien, aber das sagt noch lange nichts über die Konzentration aus. Wir haben hier in Südtirol durch das Verlagshaus eine starke Medienkonzentration. Medienkonzentration bedeutet ein weniger an Medienpluralismus und insofern bedeutet ein weniger an Medienpluralismus Defizite, was ein liberal- demokratisches System betrifft.

Innerhalb der italienischsprachigen Gruppierung ist diese Medienkonzentration etwas geringer, allerdings sehen wir, dass im Printmedienbereich die Tageszeitung „Alto Adige“ eine prädominante Position einnimmt.

9) *In seinem Buch „Herrschaft der Provinzfürsten“ beschreibt der ehemalige SVP-Politiker Hubert Frasnelli den enormen politischen und medialen bzw. meinungsbildenden Einfluss der SVP und der „Athesia“. Wie beurteilen und beschreiben Sie die politisch- mediale Machtkonstellation der SVP und der Tageszeitung „Dolomiten“ bzw. allgemein der Verlagsanstalt „Athesia“?*

Diese Symbiose zwischen dem Verlagshaus „Athesia“, sowie dem Printmedium „Dolomiten“ und Teilen der Südtiroler Volkspartei – es werden ja nicht alle gefördert – hat natürlich eine immense Auswirkung auf die Politik des Landes selbst und insofern ist die Frage, inwieweit der Wettbewerb unter den Parteien durch diesen starken Einfluss des Mediums „Dolomiten“ verzerrt ist. Ich würde einmal die These aufstellen, dass der politische Wettbewerb in Südtirol durch das Verlagshaus „Athesia“ verzerrt ist und dass dadurch die so genannte aktive Chancengleichheit der Parteien nicht gegeben ist. Aktive Chancengleichheit der Parteien einerseits, aber auch die passive Chancengleichheit der Wähler und Wählerinnen. Die passive Chancengleichheit würde bedeuten, dass die Wähler und Wählerinnen allesamt eine pluralistische Information genießen können und wahrnehmen können. Nach meiner Ansicht ist die passive Chancengleichheit der Bürger und Bürgerinnen, durch diese starke Verquickung zwischen Partei und Medien, zumindest partiell nicht gegeben.

10) *Inwieweit glauben Sie, dass ein zugangsoffenes, mehrsprachiges und multikulturelles Bürgermedium in einem ethnisch so fragmentierten Gebiet wie Südtirol, positive Impulse setzen kann? Inwieweit könnte ein derartiges Projekt als Bindeglied, als Ort der Kommunikation und Annäherung fungieren und eine Brücke zwischen den beiden größten Ethnien Südtirols schlagen?*

In Gesellschaften mit ethnischen Fragmentierungen, mit Konflikten und Spannungen gibt es oder hat es in der Vergangenheit Modelle gegeben, indem man versucht hat Vorurteile abzubauen. So zum Beispiel die „community relations“ in Nordirland zwischen Protestanten und Katholiken, wo sich Gruppierungen der einen Seite, sowie der anderen Seite getroffen haben, um eben diese Vorurteile abzubauen. Das Problem war dabei, bei aller positiven Ergebnisse, dass die Reichweite dieser Initiative zu gering war. Insofern haben natürlich Medien, mit der Möglichkeit von großen Reichweiten, eine besondere Funktion. In solchen Gesellschaften, die ethnisch fragmentiert sind, haben Medien ja nicht nur die Funktion der Information, sondern

auch die der Friedensstiftung und des Abbaus von Vorurteilen. Insofern glaube ich, dass die Medien hier besonders verantwortungsbewusst agieren müssen. Ich glaube, dass Offene Kanäle einen wichtigen Beitrag in diese Richtung leisten können. Die Frage ist allerdings bei diesen Offenen Kanälen, die natürlich für alle zugänglich sein müssen und in dem Sinn ist der Offene Kanal ja vom Begriff her eben auch zugänglich, wo es eine interkulturelle Kommunikation gibt, unabhängig von der Sprache die man verwendet, die Frage ist natürlich die der Reichweite. Es kann ein wichtiger Beitrag sein, aber es ist die Frage inwieweit solche Offene Kanäle über den Kreis der Insider hinausgehen. Das ist für mich die zentrale Frage.

10) Herr Prof. Pallaver, welche technischen, finanziellen und politischen Voraussetzungen müssten geschaffen werden, um in Südtirol einen mehrsprachigen Offenen Fernsehkanal gründen zu können? Und glauben Sie, dass ein grenzüberschreitender, mehrsprachiger Offener Kanal im Rahmen der Europaregion Tirol- Südtirol- Trentino realisierbar wäre und gegebenenfalls von der Europäischen Union subventioniert werden würde?

Die Möglichkeit zur Realisierung solcher Offenen Kanäle hängt natürlich von einer ganzen Reihe von Rahmenbedingungen ab, insbesondere was die finanziellen Möglichkeiten betrifft, das Know- How insgesamt das Personal, welches es dafür bedarf und so weiter. Ich gehe einmal davon aus, dass die öffentliche Hand, wie jede andere kulturelle Initiative, auch solche Initiativen medialer Art finanzieren sollte, finanzieren müsste! Man muss sehen ob der politische Wille hier herrscht, das zu tun. Das Problem ist an wen wendet man sich, wenn es ein Offener Kanal ist, der allen Sprachgruppen in diesem Lande dienen soll. Dann widerspricht es der Logik der ethnischen Trennung oder der ethnischen Finanzierungstöpfe. An wen wendet man sich, an die deutschen, italienischen oder ladinischen Finanzierungstöpfe? Das müsste geklärt werden. Aber dies müsste auch überwindbar sein, weil es im Land in der Zwischenzeit mehrsprachige Vereine gibt, die einen spezifischen mehrsprachigen Topf angehen können. Also man müsste hier die Ärmel hochkrempeln, initiativ werden und alle Chancen nutzen, die das Land hat! Und ich nehme an, dass es am Geld nicht scheitern dürfte.

Andererseits ist es natürlich auch die Frage, inwieweit man auf EU- Gelder zurückgreifen könnte. Das würde wiederum bedeuten, dass grenzüberschreitend operiert wird. Man könnte dies eventuell unter der Euoparegion Tirol tun. Allerdings weiss ich, dass eben die Frage von „Interreg“-Programmen nur grenzüberschreitend funktioniert, insofern wäre das Trentino ausgeschlossen, weil ja nicht so zu sagen eine Grenzregion einer anderen Grenzregion gegenübersteht. Aber man könnte ein solches Projekt durchaus im Rahmen der Europaregion angehen, weil wir zumindest lokale Finanzierungsmöglichkeiten haben, in Trentino, in Südtirol und in Nordtirol. Und in einem dritten Schritt könnte ich mir durchaus vorstellen, dass man entweder in die Schweiz hinübergeht oder auch in die Bundesrepublik Deutschland. Die Distanzen sind ja wirklich sehr gering. Ich könnte mir durchaus vorstellen, dass es mit Graubünden, welches ja ebenfalls eine Region mit ladinischer, rätoromanischer Bevölkerung ist, ein solches Drei- Länder- Projekt geben könnte, dass durchaus interessante Erfolge herbeiführen könnte, weil es eben auch eine Möglichkeit der Kommunikation mit den Ladinern in Südtirol, aber auch im Trentino bietet.

11) Können Sie abschließend eine Stellungnahme zu einem mehrsprachigen, interkulturellen Offenen Kanal in Südtirol geben. Würden Sie eine derartige Initiative eher begrüßen oder ablehnen? Und warum?

Einen solchen offenen, mehrsprachigen Kanal würde ich zumindest aus zwei Gründen begrüßen. Erstens einmal ist Kommunikation immer ein demokratisches Instrument,

dass also im Sinne der Diskurstheorie – wenn wir ganz hochtrabend argumentieren wollen – von Jürgen Habermas, einen ständigen Diskurs der direkten Demokratie herbeiführt und die Entscheidungen, die dabei getroffen werden, direkt demokratisch legitimiert sind. Und in dem Sinne können durchaus auch sinnvolle Entscheidungen aus einem permanenten öffentlichen Diskurs hervor kommen. Also es ist ein Element der Demokratie und eben auch der Legitimation von Entscheidungsträgern in der Politik.

Auf der anderen Seite kommt hier noch, in einem mehrsprachigen Gebiet, zusätzlich dazu, dass eben ein solcher Kanal eine friedensstiftende Funktion unter den Sprachgruppen einnehmen könnte: Abbau von Vorurteilen, Aufbau von Vertrauen! Vertrauen ist eine zentrale Kategorie in der Politik. Das würde eben bedeuten, dass ein friedliches und konstruktives gesellschaftliches Leben mehrerer Sprachgruppen auf einem gemeinsamen Territorium gefördert würde. Insofern glaube ich, dass ein solches Projekt nur positiv gesehen werden kann!

HERR PROFESSOR PALLAVER, ICH DANKE IHNEN SEHR FÜR DAS AUFSCHLUSSREICHE INTERVIEW! DANKE VIELMALS!

14.5.5 Experteninterview mit Georg Plattner, Direktor der Rundfunkanstalt Südtirol (RAS), vom 30.10.2008 in Bozen. (Auf Video aufgezeichnet)

1) Sehr geehrter Herr Plattner, welche Verbreitungswege wären für die Ausstrahlung der Programme eines Offenen Fernsehkanals in Südtirol denkbar? Was sind die Vor- und Nachteile dieser Verbreitungswege? Und welche Lösung wäre ihrer Meinung nach am vielversprechendsten und am kostengünstigsten?

Also es gibt mehrere Verbreitungsmöglichkeiten: einmal gibt es die Verbreitung über Äther, über Kabel und über Satellit. Dann gibt es noch die Unterscheidung zwischen analoger und digitaler Technik. Was jetzt die analoge Übertragung betrifft, so sind auf terrestrischen Netzen alle Frequenzen bereits verwendet und es herrscht eine Frequenzknappheit vor Ort. Deshalb werden auch vom Ministerium keine Genehmigungen im analogen Bereich mehr erteilt.

Es ändert sich viel mit der Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens DVB-T. Dort werden neue Ressourcen für neue Dienstanbieter reserviert. Gerade in Südtirol sollten in den nächsten Monaten Arbeitsgruppen entstehen, die diese Frequenzen bzw. diese Kanäle planen, wie viel den jetzigen Betreibern zustehen und wie viel es für neue Anbieter gibt.

2) Sie haben die Digitalisierung des Rundfunks, die auch Südtirol erreicht hat, bereits angesprochen. Was bedeutet diese Entwicklung für einen Offenen Fernsehkanal in Südtirol? Wäre technisch gesehen eine Übertragung via DVB-T möglich und sinnvoll? Und gibt es im Rahmen der Digitalisierung des Rundfunkbereiches in Südtirol bereits konkrete Pläne?

Also Konkretes gibt es noch nicht. Die erste Region die in Italien diese Planung gemacht hat ist Sardinien und Aosta. Dort werden gerade zur Zeit die analogen Dienste alle abgeschaltet und nur mehr digital verbreitet. Das sind die so genannten „zone all digital“ [Gebiete mit ausschließlich digitaler Verbreitung, Anm. d. Verf.] und wir, als Region Trentino- Südtirol sollten eben 2009, innerhalb des zweiten Semesters, alles umgestellt haben.

3) *Also wäre die Übertragung via DVB-T möglich und welche Vor- und Nachteile hätte dieser Verbreitungsweg?*

Also zur Übertragung eines Fernsehprogrammes in DVB-T benötigt man, erstmals eine Signalaufbereitung. Da müssen die Programme so verarbeitet werden, dass sie in einem gemeinsamen Sendeblock übertragen werden, der so genannte „Multiplexer“, der eben die Programme, die vorher mittels Encoder umgewandelt werden, zusammenführt. Dann wird dieser Sendeblock, das so genannte „Bouquet“, landesweit verbreitet. Wir verbreiten unsere Programme über landesweite Richtfunknetze, die in den letzten Jahren auch digitalisiert wurden. Aber es gibt auch die Möglichkeit der Signalzuführung mittels Satellit.

Die Verbreitung über DVB-T ist in einem kleinen Gebiet natürlich der einfachste Weg. Man kann aber auch eine Verbreitung über Satellit andecken.

4) *Also wäre die Übertragung via DVB-S, also digitales Fernsehen via Satellit, auch denkbar? Was wären hier die Vor- und Nachteile? Und wie kostenintensiv wäre eine solche Verbreitung?*

Also die Vorteile der Übertragung via Satellit sind natürlich die große Programmvieelfalt. Der Nachteil ist, dass ich für den Empfang immer eine stationäre Satellitenschüssel brauche. Das ist bei DVB-T nicht der Fall, hier kann man auch mit einfachen Stabantennen oder USB-Sticks das Signal portabel oder mobil empfangen. Die Signalzuführung über Satellit ist dann sinnvoll, wenn man große Gebiete über DVB zu versorgen hat. Also dann zahlt es sich nicht mehr aus aufwendige Richtfunknetze zu errichten, sondern man spielt das Signal einmal zum Satelliten hoch und kann dann das fertige „Ensemble“ auf jedem Sendestandort empfangen und über den entsprechenden Sender ausstrahlen.

5) *Inwieweit wäre die Ausstrahlung der Programme eines grenzüberschreitenden Offenen Fernsehkanals im Rahmen der Europaregion Tirol- Südtirol- Trentino über die Richtfunkleitung Bozen- Innsbruck- Bozen- Trient möglich? Wäre technisch gesehen ein gemeinsamer Offener Kanal zwischen Tirol, Südtirol und Trient realisierbar?*

Also die Programmmischung könnte man theoretisch wirklich über die Richtfunkleitungen machen, die wir zur Zeit auch nach Österreich haben, also unsere Programmmischung des ORF erfolgt vom Patscherkofel in Innsbruck. Es wäre denkbar so einen Offenen Kanal mittels dieser Richtfunkstrecken zu übermitteln. Es ist natürlich sehr schwierig derzeit grenzüberschreitende Programme zu verbreiten, da man in jedem Staat auch die zugehörige Genehmigung erhalten muss. Deshalb muss, was den Aufwand anbelangt, in jeder Region dieser „Multiplex“ neu zusammengestellt werden. Zum Beispiel in Tirol wird man sicher in einem Tiroler „Bouquet“ hineinspielen, in Südtirol in einem bereits bestehenden Block, der hier verbreitet wird und in Trient ist es dann ein dritter separater Block, der dann verbreitet werden muss. Also man kann sich das nicht so vorstellen, dass ein „Programmbouquet“ in allen drei Regionen zu Verfügung steht. Das glaube ich ist äußerst schwierig zu organisieren und stößt sicher, abgesehen von den technischen Schwierigkeiten, auf große Schwierigkeiten bezüglich der Genehmigungsverfahren.

6) *Welche Reichweite hätte eigentlich ein Offener Fernsehkanal in Bozen?*

Also die Reichweite hängt natürlich vom kapillaren Netz ab. Wir [die Rundfunkanstalt Südtirol, Anm. d. Verf.] betreiben in Südtirol circa 120 Sendestandorte, um eine möglichst gute Flächenabdeckung zu erlangen. Wir erreichen eine Abdeckung von 99,6%. Das ist ein sehr hoher Wert, der sich eben auch mittels digitaler Technik noch verbessert hat. Also wir erreichen mehr Haushalte als in analoger Sendetechnik.

Natürlich kommt es darauf an über wieviele Sendestandorte dieser Freie Kanal verbreitet wird. Aber wenn man theoretisch an alle 120 Sendestandorte denkt, so kann mit einer Reichweite von 99,6% gerechnet werden.

7) Also wären die Programme des Offenen Kanals in ganz Südtirol zu empfangen, aber wie sieht es mit der Nachbarprovinz Trient aus?

Nein! Wir verbreiten rein in Südtirol. Laut unserer Gesetzeslage können wir praktisch nur in Südtirol Programme verbreiten.

8) Können Sie aus ihrer Sicht veranschaulichen, welche technischen, finanziellen und politischen Voraussetzungen es bedarf um in Südtirol einen Offenen Fernsehkanal zu installieren? Was bräuchte es allgemein zur technischen Umsetzung eines Offenen Fernsehkanal in Südtirol?

Es braucht auf jeden Fall einmal die Sendeerlaubnis vom Ministerium. Also man unterscheidet im digitalen Bereich, den Diensteanbieter – also „content-provider“ – dann den „service-provider“ und den „network-provider“. Praktisch sind wir als RAS [Rundfunkanstalt Südtirol, Anm. d. Verf.] ein Netzbetreiber und produzieren selbst keine Inhalte. Somit muss man unterscheiden, dass ein Offener Kanal sicher ein „content-provider“ sein wird und dafür die Sendeerlaubnis haben muss. Für die Sendeverbreitung kann er sich anhand der verschiedenen Netzbetreiber dieses Programm auch verbreiten lassen.

Was es natürlich auch braucht ist ein Sendestudio, wo die Programme produziert werden. Das ist wahrscheinlich auch der kostenintensivste Bereich. Dann muss zum Sendestandort zugespielt werden, von wo aus eingespeist wird und dann kann er [der Offene Kanal, Anm. d. Verf.] je nachdem an welches Netz er sich wendet, die Programme landesweit verbreiten.

9) Können Sie ungefähr abschätzen im welchen finanziellen Rahmen man sich bei der Realisierung eines solchen Fernsehstudios, inklusive der dazugehörigen „Broadcast“-Technologie bewegen würde?

Bei der Ausstattung des Sendestudio kann man sich zwischen einigen bis zu „zig“ Millionen Euro bewegen. Aber ich würde mal schätzen, je nach Ausstattung, zwischen 1 ½ und 3 Millionen Euro. Dann muss man natürlich die Räumlichkeiten für das Sendestudio haben. Und die Programmspielung mittels Richtfunk machen circa 300.000 Euro aus. Die weiteren Betriebskosten sind natürlich abhängig von der Größe der Struktur.

10) Inwieweit glauben Sie an die Realisierung eines derartigen Projekts in Bozen? Wäre eine Umsetzung vom Standpunkt der Rundfunkanstalt Südtirol aus denkbar? Welche Probleme und Schwierigkeiten sind zu erwarten?

Wir haben uns einmal den Offenen Kanal in Sachsen-Anhalt angesehen. Die Schwierigkeiten dort sind die Überwachung was gesendet wird und welche Inhalte gesendet werden dürfen. Man muss ja die ganze Schutzbestimmung gerade die Jugendschutzbestimmungen und politische Inhalte beachten. Es ist sehr schwierig zu schauen, was überhaupt ausgestrahlt wird. Da muss es eben ein übergeordnetes Kontrollorgan geben, das darüber wacht was im Offenen Kanal verbreitet wird.

11) Aber rein technisch gesehen wäre die Realisierung von ihrer Seite aus möglich?

Rein von technischer Seite ist alles möglich! Es kommt einmal auf die Sendeerlaubnis und auf die Übertragungskapazität an. Rein von der technischen Seite sehe ich die geringsten Probleme. Die größte Schwierigkeit wird sein – glaube ich – die Sendeerlaubnis zu erlangen. Und dann auch die gesamte Struktur zu finanzieren.

12) Glauben Sie, dass die Umsetzung eines grenzüberschreitenden Offenen Kanal im Rahmen der Europaregion Tirol- Südtirol- Trient erstrebenswerter bzw. realisierbarer wäre oder wäre es besser nur südtirolweit zu senden?

Man muss einmal definieren, was überhaupt über einen solchen Kanal verbreitet werden soll. Normalerweise ist der Offene Kanal wirklich offen, sodass jeder seinen Beitrag dazu geben kann, ganz gleich ob das ein Urlaubsfilm ist oder irgendein Kommentar zu einem Film. Es ist eigentlich sehr schwierig dem Offenen Kanal ein Profil zu verleihen. Ein überregionales Programm ist natürlich erstrebenswert, aber einmal gibt es die Schwierigkeit der Sprache. Also wenn man an das Trentino denkt, dann muss man auf die italienische Sprache übergehen. Deshalb ist es sehr schwierig einen Kanal für die Europaregion Tirol zu produzieren.

13) Aber technisch gesehen könnte das Problem der Mehrsprachigkeit mit Hilfe des so genannten „Zweikanaltons, wie es ARTE – oder andere Sender – seit Jahren machen, überwunden werden?

Also technisch gesehen ist es durch das Zweikanaltonsystem sicher möglich. Aber man muss auch den Aufwand dahinter sehen. Jeder Beitrag muss übersetzt werden. Also wenn man nur an die Übersetzung der Texte denkt, dann ist das fast die doppelte Arbeit.

14) Zuvor haben Sie gesagt, dass sie den Offenen Kanal in Sachsen- Anhalt besichtigt haben. Daraus vermute ich, dass es bereits in Südtirol Bestrebungen gegeben hat, Bürgermedien aufzubauen? Sehe ich das richtig?

Ja, es hat einmal die Idee gegeben solche Offenen Kanäle in Südtirol zu verbreiten. Man hat mit den zuständigen Leuten oben [in Sachsen-Anhalt, Anm. d. Verf.] gesprochen und sie haben auch die Schwierigkeit, was in diesem freien Offenen Kanal gesendet wird. Ich glaube, dass man heutzutage, um ein ansprechendes Programm zu produzieren, ein halbwegs professionelles Material zu Verfügung stellen muss, man ist ja von den Satellitenprogrammen so verwöhnt. Ich kann mir nicht vorstellen, dass es sich Leute lange ansehen, wenn einer seinen Urlaubsfilm zeigt. Und wenn die Bilder verwickelt sind und von schlechter Qualität, dann ist es sowieso aus.

15) Durch stetig sinkende Preise im gesamten Technikbereich (mit Ausnahme eventuell der Broadcast-Technologie) wird eine voll- digitale Sendeabwicklung auch für kleinere Fernsehsender möglich. Wie beurteilen Sie diese Entwicklung und glauben Sie, dass dies einen entscheidenden Faktor für die Realisierung eines Offenen Fernsehkanals in Südtirol darstellen könnte?

Die digitale Sendetechnik wird immer billiger, aber der Gesamtaufwand so einen „Multiplex“ zu betreiben ist nicht unerheblich. Es fallen große Kosten an. Die laufenden Kosten sind nicht zu vernachlässigen, sondern sind sehr hoch. Auch wenn man sich bei einem Netzbetreiber einmieten will, fallen dabei natürlich große Kosten an.

16) Können Sie abschließend noch eine Stellungnahme zu einem mehrsprachigen Offenen Kanal in Südtirol geben. Würden Sie bzw. die Rundfunkanstalt Südtirol eine derartige Initiative eher begrüßen oder ablehnen? Und warum?

Es wäre auf jeden Fall sinnvoll deutschsprachige Programme zu verbreiten, weil man auf privater Ebene überhaupt kein deutschsprachiges Programm mehr in Südtirol empfangen kann. Es ist natürlich sinnvoll deutschsprachige Inhalte zu verbreiten, ob es jetzt ein Offener Kanal sein sollte...

Ich sehe es eher so, dass man bestimmte Stunden auf einen herkömmlichen Fernsehkanal zu Verfügung stellt, vielleicht über einen privaten Programmanbieter, der

sagt, dass am Nachmittag von 14-16 Uhr ein Freier Kanal, wo ein Jeder seine Inhalte zu Verfügung stellt, bereitsteht. Aber bei einem reinen Offenen Kanal sehe ich es problematisch, ob der die genügende Akzeptanz von der Bevölkerung erhält.

17) Also wäre, von ihrem Standpunkt aus gesehen, die Bereitstellung eines Programmfensters gegenüber einen klassischen Offenen Fernsehkanal vorzuziehen?
Ja, genau! Bestimmte Uhrzeiten oder Fenster sehe ich eher, als einen reinen Offenen Kanal.

18) Was mir noch einfällt...das Internet bietet neue und kostengünstige Möglichkeiten für einen Offenen Kanal. Inwiefern wäre ein Offener Internetkanal in Südtirol denkbar? Gibt es bereits, gerade bei diesen riesigen Datenmengen, in Südtirol die nötige Technik?

Die Verbreitung über das Internet ist sicherlich einfacher. Da kann manden Beitrag nur ins Netz stellen und er ist jederzeit abrufbar. Es gibt natürlich noch keine Empfangsmöglichkeit über das Fernsehen. Die Verbreitung über Internet ist vom Qualitativen her sehr stark begrenzt, wenn man bedenkt, dass doch viele Haushalte noch nicht den schnellen Internetzugang haben, so werden die Programme immer auf einer geringeren Auflösung übertragen, als über die terrestrischen Sender. Also über DVB-T werden so zwischen 3-5 Megahertz verbreitet, hingegen über Internet sind es meistens so 600 Kilobit bis vielleicht maximal 2 Megabit.

19) Gibt es Statistiken darüber wie viele Menschen in Südtirol bereits Breitbandinternet besitzen und somit die Möglichkeit hätten einen Offenen Internetkanal zu empfangen?

Also in Südtirol können zur Zeit 80% der Südtiroler Haushalte ADSL-Verbindungen erhalten. Der Rest sollte im nächsten Jahr abgedeckt werden, sodass in Südtirol theoretisch jeder die Möglichkeit hätte über Internet solche Programme zu sehen.

20) Und gibt es schon Zahlen wie viele Südtiroler jetzt schon Breitbandinternet haben?

Die Statistik gibt es. Was ich jetzt so im Kopf habe sind es 20%, aber die aktuellen Werte weiß ich nicht genau.

21) Also nutzen bis jetzt noch relativ wenige Menschen diese Möglichkeit?

Ja. Also der Durchschnitt ist so, dass rund 15% der Haushalte effektiv Breitbandinternet installiert haben.

DANKE HERR PLATTNER FÜR DAS GESPRÄCH!

14.5.6 Experteninterview mit Pieter de Wit, Präsident des Community Media Forum Europe (CMFE) und Direktor der niederländischen Föderation von „community media“ (OLON), vom 13.09.2008 in Berlin.

(Auf Video aufgezeichnet)

1) Fist of all: why do you think there are no open-access channels in Italy and what would be needed to establish one?

If you want an open channel, then start one! But of course there are technical difficulties. Infrastructure has to be there, there has to be a cable available. You have to find a license from the local or the national authorities. I think these challenges can be

fought and can be won! If you live in a city in Italy and if you want an open channel: I am very sure...it can be done!

2) What are in your opinion the main benefits of community medias?

If you look at what community channels can mean for communities, for cities, for villages, for neighbourhoods, you see that open channels offer great possibilities to make programs, to communicate with own groups, but also with other groups of a society. Open channels offer a very good platform for communication, it brings different cultures together and in that way I think that open channels help build local society and help making people understanding each other better and making understand culture among each others better.

3) What has to be done before building an open-access channel? What are the essential requirements?

First of all there is a political issue. Most important, very basic and crucial is to find support in parliament! You have to lobby the parliament, the regulators, telecom-operators. Networking with organisations that have similar goals and activate people is very important. You get to have access to the infrastructure etc. etc.

So, when you start an open access channel you need to network, find audiences and get people to watch, to view your channel!

THANK YOU VERY MUCH!

14.5.7 Experteninterview (per Mail) mit Gloria Hill, Geschäftsführerin des kanadischen Community-Senders „Telile TV“ vom 19.08.2008.

1) How would you define the Telile Community TV?

Telile Community TV is a not-for-profit community based channel independent from the cable provider. It was established in 1993-1994 during the fisheries crisis here in Canada. Our community is an historic fishing community and we were hit hard by the shut- down in the fishing industry, Telile was created to act as a communications link during the crisis and create employment. Detailed history on our website www.telile.tv

2) What are the main characteristics and goals of Telile?

Telile's main goal is to provide community programming to our viewers in the form of programs and our on-air computer generated scroll. The scroll is a 30- minute PowerPoint Presentation consisting of 90% free community messages and 10% paid advertising. It is a great source of information for our viewers. The programs are mainly shows produced from the Telile Studio by our small staff and feature interviews, cultural, music, local government etc. On our web site at www.telile.tv you can find some of the scroll items under <http://www.telile.tv/ads.htm> and our TV Guide at <http://www.telile.tv/guide.htm> there is a link to some archive guides on that page as well. That will give you an idea of our programming, when we don't have anything scheduled; we air our "scroll" with a radio station behind it.

3) What are the differences to other Community televisions and how would you distinguish Telile from public/open access TV stations?

We are not like most community TV stations. For one, we are independent; not financially supported by a cable provider nor do we host programs to try to raise money for our station. Our station is funded by hosting an on-air bingo which supports 90% of our operating expenses, advertising, video production and tape sales make up the rest.

4) Do you have any data on the range of Telile and their viewers?

We are carried on three different sources: we have a Canadian Radio-elecommunications Commission (CRTC) community broadcast license, we are carried on two cable providers; Eastlink in Eastern Richmond County and Seaside in the rest of Eastern Cape Breton. We reach 12,000 households but only roughly 2,000 have access to our TV Bingo. In the rest of the households it is blocked so we don't interfere in local fundraising efforts.

5) Are there more English or French people watching Telile?

That is hard to define. In our community, almost everyone speaks English but we have a vibrant Acadian (French) community whose first language is French but they speak English as well. We have many bilingual viewers in our 2,000 local households, in the rest of the 10,000 households they would be mainly English speaking.

6) As a bilingual community television how did you handle to produce your content in English and French?

We are mandated by the CRTC to produce at least 25% of our programming in French and we usually produce that or more.

7) Do you subtitle your programs?

No, we are small enough that we are not required to by law and we don't have the resources.

8) And how do both groups work together?

We have a staff of three that are a combination of French and English. We try to work with the community as a whole to cover programs and make a special effort to make sure our Acadian community is covered. We maintain relationships with community members and groups and we have a mixture of representation on our volunteer Board of Directors.

9) How is the Telile Community TV organised and financed?

I answered some of that earlier. Telile is managed by a volunteer board of directors and a staff of three (sometimes four). We are mainly financed by a televised bingo game plus advertising revenue, tape sales and corporate video production. We also sell membership to the general public for \$5 a person for resident living in Richmond County.

10) Which problems did the Telile Community TV face in its establishment? Which technical, financial and political requirement was needed?

We started off with simple technology and a government grant to buy some basic equipment and fund a training program for the staff. There was support by the different levels of government and we were a positive political story.

11) How did the Community respond to the new non-profit channel?

We are very popular in the community and we try to keep them involved and allow them input by encouraging comments.

12) How were the reactions in the range of politics?

We are a good- news story and stay neutral in politics, so we are popular with different levels of government.

13) Can you describe how Telile affects the bilingual community on the Island of Cape

Breton in a positive way?

We broadcast French programs thereby promoting the continuing of the culture and language. It gives locals a voice in their own language.

14) Are the programs on Telile TV all produced by non professional community-members? Are people from other communities allowed to produce there programs on Telile TV? And are people allowed to produce programs on any topic or is there any kind of censorship?

Most of the programs are produced by our staff but we do work with a few community volunteers on a regular basis and they assist with the programming. We do use programs produced by other community stations as well, we call it “bicycled programs”.

15) As I saw that advertising is allowed on Telile TV (which in German community TV or open access TV is mostly forbidden) how do you regulate the publicity on your Community TV? How many and which ads are allowed? The earnings are used for what?

The advertising is regulated by the CRTC but because our license is for “community television” the regulations are not to restrictive. We don’t air video commercials except during elections, most of our ads are part of the scroll.

I hope this helps.

Good luck, Gloria

14.6 ZUSAMMENFASSUNG

Zentrales Forschungsinteresse dieser wissenschaftlichen Arbeit sind Offene Kanäle, also freie, unabhängige, nicht-kommerzielle und gemeinnützige Bürgermedien, die allen BürgerInnen einen diskriminierungsfreien, gleichberechtigten und kostenlosen Zugang zum Rundfunk gewährt.

Neben der ausführlichen Information über den Begriff, die Merkmale, die Theorien, die Geschichte, die Organisations- und Finanzierungsformen, sowie den vielfältigen Funktionen Offener Kanäle, soll in dieser Arbeit einerseits analysiert werden, welche technischen, finanziellen und politischen Voraussetzungen es bedarf, um einen Offenen Fernsehkanal in Südtirol zu gründen und wie ein derartiger Sender konzipiert sein muss, um den Besonderheiten dieser multikulturellen und -lingualen Autonomen Provinz gerecht zu werden. Andererseits soll mit Nachdruck auf die vielseitigen demokratischen, friedensstiftenden, (inter)kulturellen, politischen, medienpädagogischen Funktionen, die besonders in einem Gebiet wie Südtirol, in dem faktisch eine Parallelgesellschaft mit einem ethnisch getrennten Bildungs-, Kultur-, Politik- und Mediensystem für deutsch- und italienischsprachige Südtiroler existiert, an dem es nicht genügend Meinungs- und Medienvielfalt gibt und an dem es an unabhängigen und ethnienübergreifenden Initiativen zur medialen Artikulation- und Partizipation fehlt, aufmerksam gemacht werden.

Ziel und Motivation dieses Konzepts zur Gründung eines Offenen Kanals in Südtirol war es, Bewusstsein für die Existenz und die Wichtigkeit von Bürgermedien im Allgemeinen zu evozieren und den enormen (Mehr-)Wert für (basis-)demokratische, bürgernahe und partizipative Bürgermedien in Südtirol im Speziellen, zu verifizieren.

14.6.1 ABSTRACT

This study was conducted to analyze and to underline first of all the importance, the need and the requirements of community media in order to establish such a channel in the bilingual and multicultural autonomous province of Bolzano-Bozen, Italy. Community media are defined as non-profit, independent and democratic television or radio stations, where everybody from the local community can choose and create content by themselves, free of charge and with the support of professional media pedagogues.

In my thesis I want to stress in particular the vital role of community media especially for the bilingual province of Bolzano-Bozen, to sustain the intercultural dialogue, to support the tolerance and understanding, as well as to contribute to a better cohabitation between the two major groups in South Tyrol. My major interest lies on the question what it would take to create a community media in that place, what would be the main effects on the communities there and how it should be designed to achieve the diverse goals.

The aim of this thesis is on the one hand to inform and aware the readers on the notable role and the various effects, especially for multicultural societies, of community media. On the other hand it can be considered as the beginning of a (hopefully) broad discussion not only among politicians, but also among the german-, italian- and ladin-speaking population in South Tyrol and a pleading for the foundation of a multilingual and intercultural open access channel in South Tyrol.

14.6.2 ASTRATTO

Questa tesi ha per soggetto la „tv dei cittadini“ (ovvero media comunitari, canali aperti, „open channels“), che rappresenta una televisione o radio locale, non-commerciale, democratica e indipendente, sia dalle autorità nazionali sia da quelle locali, che si occupa principalmente di attività di interesse per il pubblico e la società civile e che persegue obiettivi chiaramente definiti che comporta sempre un beneficio sociale. La „tv dei cittadini“ è aperta alla partecipazione di tutti i membri della comunità alla creazione gratuita dei programmi.⁵⁵³

Media comunitari esistono già da anni per esempio negli Stati Uniti, in Germania o in Austria, mentre in tutta Italia non è ancora presente. Anche il Parlamento Europeo riconosce i benefici sociali e culturali dei media comunitari: sottolinea che loro costituiscono uno strumento efficace per rafforzare la diversità culturale e linguistica, l'inclusione sociale e l'identità locale. Svolgono un ruolo importante nella promozione della tolleranza e del pluralismo nella società. Promuovono il dialogo interculturale educando il pubblico, combattendo gli stereotipi negativi e correggendo le idee veicolate dai mezzi di comunicazione di massa. I media comunitari contribuiscono in modo evidente a migliorare l'alfabetizzazione mediatica dei cittadini, in particolare attraverso il loro coinvolgimento diretto nell'elaborazione e distribuzione dei programmi.⁵⁵⁴

Un „canale aperto“ potrebbe fungere come iniziativa importante specialmente in una zona bilingue come in Alto Adige, con due etnie così coerenti e un sistema culturale, politica e mediatica strettamente divisa in blocchi etnici. Potrebbe diventare un luogo fondamentale di comunicazione, d'incontro e del dialogo interculturale; una sede d'informazione, creatività, educazione e cultura aperta per tutti! Il centrale obiettivo della mia tesi è di sondare se da una parte c'è esigenza e sostegno per media comunitari, sia dalla politica, che dalla comunità della Provincia Autonoma di Bolzano. Dall'altra parte voglio scoprire, quali premesse politiche, finanziarie e giuridiche servono e come una tale iniziativa dovrebbe essere concepita per realizzare in modo più efficiente tutti i suoi obiettivi. Con questa tesi vorrei far ragionare i lettori sul valore dei media comunitari in generale e riuscire a intraprendere il dibattito sulla fondazione di una „tv dei cittadini“ a Bolzano.

553Vgl.: RESETARITS, Karin (Ausschuss für Kultur und Bildung): Bericht über gemeinnützige Bürger- und Alternativmedien in Europa. Brüssel: Europäisches Parlament, 2007. Online im WWW unter URL: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+DOC+XML+V0//IT> [Format: HTML; Stand: 30.09.2008].

554Vgl.: Ebenda.

14.7 CURRICULUM VITAE

FLORIAN PLATTER

geboren am 12.08.1981 in Bozen, Südtirol (Italien)

AUSBILDUNG:

1988-1993: Grundschule, Ritten.

1993-1996: Mittelschule, Ritten.

1996-2002: Humanistisches Gymnasium „Walther von der Vogelweide“ – Neusprachliche Fachrichtung, Bozen mit Schulabschluss Abitur.

Seit Okt. 2002 Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften (Fächerkombination Theaterwissenschaft und Philosophie) an der Universität Wien.

BERUFSERFAHRUNG und PRAKTIKA:

Juli 1999: Mitarbeit an der Fecht-EM in Bozen.

1999 – 2000: 2-jährige Mitarbeit im Theater und Videofilmprojekt des International Institut of Arts (I.O.A.)

Juli/August 2001: PR- und Büropraktikum im Botanischen Garten Meran. Juli/Oktober

2006: Kameraassistent und Schnitt bei „Josef Ebner Film“ für die Produktion von „Südtirol Heute“ im Auftrag des ORF in Bozen.

August 2007 - Januar 2008: Ausbildung bei Puls TV / Puls 4 zum Videojournalisten in Wien.

Januar 2008 – April 2008: Anstellung als freier Dienstnehmer bei „Citylife“ (Puls TV) und „Studio 4 deluxe“ (Puls 4) in Wien.

Seit Dezember 2008 periodische Mitarbeit bei der Produktionsfirma „News On Video“ als Videojournalist in Wien.

BESONDERE KENNTNISSE:

Sprachkenntnisse: Fließend Deutsch, Englisch, Italienisch in Wort und Schrift, Schulkenntnisse in Französisch.

Computerkenntnisse: Umgang mit den Nachbearbeitungsprogrammen Final Cut Pro, Final Cut Studio 2, Final Cut Express HD, Adobe Premiere 5.5, 6.5, Pro, Media 100.